



INSTITUTO
UNIVERSITARIO
DE INVESTIGACIÓN
EN ECONOMÍA
SOCIAL,
COOPERATIVISMO Y
EMPRENDIMIENTO



TESIS DOCTORAL

LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES DESDE
UN ENFOQUE INSTITUCIONAL: APLICACIÓN DEL
MÉTODO DELPHI Y DEL MÉTODO DEL CASO
PARA EL ANÁLISIS DE SUS FACTORES

PRESENTADA POR:

Freddy Serrano Guerrero

DIRIGIDA POR:

Dr. Joan Ramon Sanchis Palacio,
Universidad de Valencia,
Departamento de Dirección de Empresas
Juan José Renau Piqueras.

Dra. María Ripollés Meliá,
Universidad Jaume I,
Departamento de Administración de
Empresas y Marketing.

Valencia, abril - 2017



VNIVERSITAT VALÈNCIA

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA SOCIAL,
COOPERATIVISMO Y EMPRENDIMIENTO

TESIS DOCTORAL

Título:

“La creación de empresas sociales desde un enfoque institucional: Aplicación del método Delphi y del método del caso para el análisis de sus factores”

Presentado por: Freddy Serrano Guerrero.

Dirigida por:

Dr. Joan Ramon Sanchis Palacio, Universidad de Valencia, Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras.

Dra. María Ripollés Meliá, Universidad Jaume I, Departamento de Administración de Empresas y Marketing.

Valencia, abril del 2017



VNIVERSITAT VALÈNCIA

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA SOCIAL,
COOPERATIVISMO Y EMPRENDIMIENTO

TESIS DOCTORAL

Título:

“La creación de empresas sociales desde un enfoque institucional: Aplicación del método Delphi y del método del caso para el análisis de sus factores”

Presentado por: Freddy Serrano Guerrero.

Dirigida por:

Dr. Joan Ramon Sanchis Palacio, Universidad de Valencia, Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras.

Dra. María Ripollés Meliá, Universidad Jaume I, Departamento de Administración de Empresas y Marketing.

Valencia, abril del 2017

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis directores de tesis, al Dr. Joan Ramon Sanchis Palacio y a la Dra. María Ripollés Meliá, por su disponibilidad para responder a las múltiples interrogantes que surgieron durante este proceso y por sus palabras de aliento, y recalcar que sin su orientación y seguimiento este trabajo no se hubiese concluido.

También expreso mi agradecimiento a los directivos de empresas sociales, que de forma cortés, han colaborado en el desarrollo de esta Tesis Doctoral y cuya contribución ha sido determinante para la consecución de este trabajo.

Finalmente, mi gratitud a mi esposa Priscila y a mi hija Juliana, por acompañarme y apoyarme incondicionalmente durante toda esta etapa.

RESUMEN

La importancia que tienen las empresas sociales ha sido reiteradamente reconocida, tanto por las Administraciones Públicas como por la academia, por su aporte en el desarrollo económico y social, por generar bienestar y reducir los niveles de exclusión. Esto ha llevado a considerar que la creación de empresas sociales es una fórmula adecuada para afrontar las causas del proceso de exclusión. Por lo tanto, el fomento de estas iniciativas es deseable, y se vuelve necesario conocer cuáles son los factores que propician su creación. Para aportar en esa línea, esta Tesis Doctoral se ha planteado como objetivo principal validar la existencia de una relación entre factores del entorno y creación de empresas sociales desde un enfoque institucional.

Para conseguir el objetivo trazado se siguió el siguiente esquema de trabajo. En una primera parte, a través de la revisión de la literatura se expone un análisis de conceptos esenciales relacionados con las empresas sociales y sus especificidades, se analiza los enfoques y niveles a través de los cuales se ha estudiado el fenómeno de la creación de empresas y se profundiza en la aplicación de la Teoría Institucional de Douglass North, considerado un marco teórico adecuado para el análisis de los factores relacionados con la creación de empresas y de empresas sociales. En la segunda parte, se desarrolló un estudio empírico que consta de dos fases; la primera, mediante un estudio Delphi que considerando el criterio de expertos académicos y profesionales de España y Ecuador busca identificar los principales factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales; y, la segunda fase propone a través de un estudio múltiple de casos, aplicado a los entornos institucionales de regiones que tienen un distinto nivel de creación de empresas sociales, describir y contrastar el entorno institucional formal e informal relacionados con la creación de empresas de inserción, una de las formas más representativas de las empresas sociales.

Los resultados además de validar la importancia que merece el análisis del entorno institucional relacionado con la creación de empresas sociales, también permiten dibujar un ecosistema que favorece la creación de nuevas empresas sociales y que, en determinados aspectos, difiere del ecosistema propio de las empresas capitalistas. Este resultado pone de manifiesto las particularidades de estas empresas y la necesidad de desarrollar acciones específicas para fomentar su creación.

RESUM

La importància que tenen les empreses socials ha sigut reiteradament reconeguda, tant per les Administracions Públiques com per l'acadèmia, per la seua aportació al desenvolupament econòmic i social i per generar benestar i reduir els nivells d'exclusió. Açò ha portat a considerar que la creació d'empreses socials és una fórmula adequada per a afrontar les causes del procés d'exclusió. Per tant, el foment d'aquestes iniciatives és desitjable, i es torna necessari conèixer quins són els factors que propicien la seua creació. Per a aportar en eixa línia, aquesta Tesi Doctoral s'ha plantejat com a objectiu principal validar l'existència d'una relació entre factors de l'entorn i creació d'empreses socials des d'un enfocament institucional.

Per a aconseguir l'objectiu traçat es va a seguir el següent esquema de treball. En una primera part, a través de la revisió de la literatura s'exposa una anàlisi de conceptes essencials relacionats amb les empreses socials i les seues especificitats, s'analitza els enfocaments i nivells a través dels quals s'ha estudiat el fenomen de la creació d'empreses i s'aprofundix en l'aplicació de la Teoria Institucional de Douglass North, considerat un marc teòric adequat per a l'anàlisi dels factors relacionats amb la creació d'empreses i d'empreses socials. En la segona part, es va desenvolupar un estudi empíric que consta de dos fases; la primera, per mitjà d'un estudi Delphi que considerant el criteri d'experts acadèmics i professionals d'Espanya i Equador, busca identificar els principals factors institucionals formals i informals relacionats amb la creació d'empreses socials; i la segona fase proposa a través d'un estudi múltiple de casos, aplicat als entorns institucionals de regions que tenen un distint nivell de creació d'empreses socials, descriure i contrastar l'entorn institucional formal i informal relacionats amb la creació d'empreses d'inserció, una de les formes més representatives de les empreses socials.

Els resultats, a més de validar la importància que mereix l'anàlisi de l'entorn institucional relacionat amb la creació d'empreses socials, també permeten dibuixar un ecosistema que afavorix la creació de noves empreses socials i que, en determinats aspectes, difereix de l'ecosistema propi de les empreses capitalistes. Aquest resultat posa de manifest les particularitats d'aquestes empreses i la necessitat de desenvolupar accions específiques per a fomentar la seua creació.

SUMMARY

The importance of social enterprises has been repeatedly recognized by Public Administrations and by academia. This is due to their contribution to social and economic development, to generating welfare and reducing levels of exclusion. This fact has led to the belief that the creation of social enterprises is a suitable formula to address the causes of the exclusion process. There, the promotion of these initiatives is desirable, and it becomes necessary to know what the factors that favor their creation are. In order to contribute to this area of research, this Doctoral Thesis has set itself as a goal the validation of the existence of a relationship between environmental factors and the creation of social enterprises from an institutional perspective.

To achieve the goal outlined, the following working scheme was followed. Firstly, through literature review, an analysis of essential concepts related to social enterprises and their specificities is presented, analyzing the approaches and levels through which the phenomenon of business creation has been studied and deepening the application of the Institutional Theory of Douglass North, considered a suitable theoretical framework for the analysis of factors related to the creation of companies and social enterprises. Secondly part, an empirical study was developed that consists of two phases: firstly, through a Delphi study that considers the criteria of academic and professional experts from Spain and Ecuador that identifies the main formal and informal institutional factors related to the creation of social enterprises; and secondly, through a multiple case study, applied to the institutional environments of regions that have a different level of social enterprise creation, to describe and contrast the formal and informal institutional environment related to the creation of Work Integration Social Enterprise, which is one of the most representative forms of social enterprises.

Moreover, the results validate the importance of the analysis of the institutional environment related to the creation of social enterprises, and which in certain aspects, differs from the ecosystem typical of capitalist enterprises. The results highlight the particularities of these companies and the need to develop specific actions to encourage their creation.

INDICE

1	EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL	7
1.1	Introducción al origen y aproximación al concepto de emprendimiento social ...	7
1.2	Elementos claves en el emprendimiento social	9
1.2.1	El valor social como elemento clave del emprendimiento social	9
1.2.2	La resolución de problemas	12
1.2.3	La identificación de oportunidades en los emprendimientos sociales	14
1.3	Diferencias entre el emprendimiento empresarial y el emprendimiento social ..	15
1.4	La innovación social y el comportamiento innovador en las empresas sociales	23
1.4.1	Principales rasgos de una innovación social	26
1.4.2	Importancia de la innovación en las empresas sociales	28
2	LAS EMPRESAS SOCIALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INSERCIÓN SOCIO-LABORAL	33
2.1	Génesis y enfoques de la empresa social	33
2.2	Aproximación a la definición de las empresas sociales	34
2.3	Las empresas de inserción socio-laboral en el contexto español	41
2.4	Las corrientes: europea y latinoamericana de la Economía solidaria	52
2.4.1	La economía popular y solidaria en Ecuador	58
2.4.2	El entorno ecuatoriano relacionado con las empresas sociales-solidarias ..	62
3	PRINCIPALES ENFOQUES TEÓRICOS EN EL ESTUDIO DEL ENTREPRENEURSHIP	63
3.1	La función empresarial desde un enfoque económico.	65
3.2	La función empresarial o <i>entrepreneurship</i> desde un enfoque Psicológico	69
3.3	El estudio de la función empresarial desde el enfoque socio cultural	72
3.4	Enfoque Gerencial en el estudio de la creación de empresas	78
4	TEORIA ECONÓMICA INSTITUCIONAL	85
4.1	Evolución de la Teoría económica institucional.	86
4.2	La Teoría Institucional de Douglass North	89
4.3	Marco Analítico de la Teoría institucional de North	92
4.3.1	Las instituciones	92
4.3.2	Los costes de transacción	93
4.3.3	Cambio Institucional	94
4.3.4	El aprendizaje	95
4.4	La teoría económica institucional en la creación de empresas sociales	97
5	APLICACIÓN DEL METODO DELPHI PARA DETERMINAR LOS FACTORES INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES	103

5.1	Justificación y objetivos del estudio empírico	103
5.2	Metodología	103
5.3	Características de la investigación	106
5.3.1	Criterio para finalización del proceso iterativo.....	106
5.3.2	Composición del grupo de expertos participantes en la investigación	106
5.3.3	Diseño y estructura de los cuestionarios.....	109
5.4	Análisis de resultados	114
5.4.1	Criterios usados en el análisis estadístico	115
5.4.2	El efecto de los emprendimientos sociales sobre los problemas sociales.	117
5.4.3	Factores generales que pueden afectar a la decisión de crear una empresa social	122
5.4.4	Los factores del entorno en la creación de empresas sociales.	123
5.4.5	La forma jurídica de las empresas sociales.....	134
6	APLICACIÓN DEL MÉTODO DEL CASO PARA CONTRASTAR LOS ENTORNOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE INSERCIÓN	137
6.1	Justificación y objetivos del estudio empírico	137
6.2	Diseño del caso de estudio.....	138
6.3	Organizaciones participantes	142
6.3.1	Fundaciones promotoras y EI en Cataluña	142
6.3.2	Fundaciones promotoras y EI de la Comunidad Valenciana	145
6.3.3	Fundaciones promotoras y las iniciativas para la inserción laboral de personas en situación vulnerable en Ecuador	149
6.4	Resultados del estudio cualitativo sobre el entorno institucional relacionado con la creación de empresas de inserción	155
6.4.1	El entorno institucional informal	156
6.4.2	El entorno institucional formal	174
7	CONCLUSIONES	199
7.1	Principales conclusiones de la Tesis Doctoral.....	199
7.2	Limitaciones y futuras líneas de investigación	210
8	BIBLIOGRAFIA	213
9	ANEXOS	223

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Tipología de empresas sociales	41
Tabla 2.2: Leyes relacionadas con empresas de inserción por Comunidades y Ciudades Autónomas españolas.....	51
Tabla 2.3: Iniciativas económicas solidarias más visibles en el Ecuador	60
Tabla 3.1: Principales características personales del emprendedor	70
Tabla 4.1: Instituciones formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales	99
Tabla 5.1: Composición de la muestra de participantes seleccionados	108
Tabla 5.2: Proporción de respuestas de expertos en la primera ronda.....	109
Tabla 5.3: Proporción de respuestas de expertos en la segunda ronda	109
Tabla 5.4: Estructura del cuestionario	111
Tabla 5.5: Grado de conocimiento de los expertos sobre los temas consultados en el cuestionario	116
Tabla 5.6: Distribución del panel de expertos por edad.....	116
Tabla 5.7: Distribución del panel de expertos por sexo.....	116
Tabla 5.8: Distribución de la valoración de los expertos sobre los efectos del emprendimiento social sobre varios problemas sociales según perfil	118
Tabla 5.9: Distribución de la valoración de los expertos sobre los efectos del emprendimiento social sobre varios problemas sociales según localización.....	119
Tabla 5.10: Factores generales que afectan a la creación de empresas sociales.....	123
Tabla 5.11: Factores externos determinantes en la creación de empresas sociales por perfil	125
Tabla 5.12: Factores externos determinantes en la creación de empresas sociales por localización	125
Tabla 5.13: Valores culturales que afectan a la creación de empresas sociales por perfil	127

Tabla 5.14: Mecanismos de apoyo que facilitan la creación de empresas sociales	129
Tabla 5.15: Programas educativos que favorecen la creación de empresas sociales	129
Tabla 5.16: Instrumentos de financiación que favorecen la creación de empresas sociales	131
Tabla 5.17: El papel de las redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales que favorecen a la creación de e empresas sociales.....	132
Tabla 5.18: Regulaciones legales que afectan a la creación de empresas sociales	134
Tabla 5.19 Regulaciones legales que afectan a la creación de empresas sociales por localización	134
Tabla 5.20: Forma jurídica adecuada para crear una empresa social	135
Tabla 6.1: Matriz para la elección de un método de investigación social según las características del problema de interés.	138
Tabla 6.2 Empresas de Inserción creadas hasta el año 2014 en cada región	140
Tabla 6.3: Organizaciones participantes por territorio	141
Tabla 6.4: Ficha de caracterización de Salta Empresa de Inserción S.L.	143
Tabla 6.5 Ficha de caracterización de la empresa de inserción Passar Via S.L.	145
Tabla 6.6: Ficha de caracterización de la empresa de inserción Reciplana Recuperacions S.L.....	147
Tabla 6.7: Ficha de caracterización de Fundación Nova Feina	149
Tabla 6.9: Ficha de caracterización de la Asociación Mujeres con Éxito	153
Tabla 6.10: Ficha de caracterización el emprendimiento juvenil impulsados por la Fundación Salesiana PACES	155
Tabla 6.11: Factores institucionales analizados en cada región	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1: Elementos que definen el emprendimiento social	9
Gráfico 1.3: Tipos de innovación.....	25
Gráfico 2.1: Empresas sociales según la concepción europea :.....	37
Gráfico 2.2: Empresas sociales según concepción anglosajona	38
Gráfico 3.1: Enfoques teóricos sobre el estudio de la creación de empresas	65
Gráfico 3.2: La función empresarial	68
Gráfico 3.3: Las redes en la creación de una empresa.....	75
Gráfico 3.4: Marco para describir la creación de nuevas empresas.....	81
Gráfico 4.1: El enfoque de North aplicado a la creación de empresas sociales.....	98
Gráfico 5.1: El esquema de proceso Delphi.....	106

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha reconocido la importancia que tiene el emprendimiento social y las empresas sociales en el desarrollo económico y social de países y regiones en donde se llevan a cabo. Se ha demostrado que su enfoque social no solo genera empleo, sino empleo de calidad, brinda bienestar a la comunidad involucrada y reduce los niveles de exclusión social (Salinas y Osorio, 2012). De aquí surge el interés desde la academia y desde las Administraciones Públicas para su estudio y fomento.

En la actualidad, la crisis económica internacional ha provocado la destrucción y el deterioro de la calidad del empleo y una crisis y deterioro del Estado de Bienestar que ha potenciado las inequidades generadas por el mercado. Frente a ello, las empresas sociales, contribuyen a rectificar desequilibrios fundamentales del mercado de trabajo, tanto en el plano social como en el laboral, repercutiendo sobre el desempleo, la inestabilidad del trabajo y la exclusión de los desempleados y recalando que la carencia o precariedad del empleo van más allá de lo económico. Si bien el empleo es la fuente básica de ingresos de las personas, es decir, es su medio de subsistencia, también constituye un mecanismo de articulación de las relaciones sociales. Por ello, la carencia del empleo se considera la causa principal del proceso de exclusión (Subirats et al., 2005).

Es indiscutible que el emprendimiento a través de la creación de empresas tradicionales puede crear empleo; sin embargo, no puede resolver problemas de exclusión, ya que desarrolla sus negocios mediante criterios de viabilidad puramente financieros y de mercado. En cambio, el empresario o emprendedor social crea proyectos empresariales en donde se integran la viabilidad técnica y la financiera para generar una utilidad social (Melián y Campos, 2010). El emprendimiento social produce un incremento de la riqueza social, beneficiando tanto a la empresa como a la sociedad a través de su actividad. Entre los beneficios se encuentran: la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de las competencias y la mejora de la calidad de vida. En consecuencia, mediante el fomento de este tipo de iniciativas se pueden conseguir efectos que van más allá de paliar los ocasionados por el desempleo o la pobreza, lo que es convertirse en agentes de cambio en la sociedad (Boisot y MacMillan, 2004).

Por tanto, la creación de empresas sociales, puede ser considerada una formula apropiada para afrontar graves problemas de exclusión debido a que estas iniciativas han mostrado tener capacidad de rectificar los desequilibrios que se generan en el mercado de trabajo y

que su participación activa ha sido importante en el desarrollo económico y social de las regiones donde se desarrolla. Desde este punto de vista, la creación y permanencia de estas iniciativas es deseable, sobre todo en regiones con mayores índices de exclusión.

Entonces el aporte de esta Tesis Doctoral es responder a la pregunta: ¿por qué en determinadas regiones se crean más empresas sociales? Por lo tanto, es necesario el estudio de cuáles son los factores que motivan la creación de empresas sociales.

Conscientes de que no es posible separar los fenómenos sociales y económicos que interactúan en el entorno de la creación de empresas sociales, vemos la necesidad de realizar un análisis integral. Por tanto, se ha planteado realizar este análisis a la luz de la teoría institucional de Douglass North, la cual nos proporciona una forma apropiada de entender el entorno y las limitaciones que imponen las instituciones al comportamiento de las personas y en este caso específico, a la creación de empresas sociales.

Esta investigación surge de la necesidad de llenar un vacío en el conocimiento, porque a pesar de que existen numerosas investigaciones que han tratado a los factores del entorno como condicionantes de la creación de empresas (Hannan y Freeman, 1977; Van de Ven, 1979; Shapero y Sokol, 1982; Bruno y Tyebjee, 1982; Pennings, 1982; Van de Ven, 1984; Gartner, 1985; Sandberg y Hofer, 1987; Gartner, 1989; Aldrich, 1990; Reynolds, 1991; Mundet, 1991; Aldrich y Martinez, 2001; Aldrich y Fiol, 2007), existen muy pocos trabajos empíricos que se han centrado en los factores institucionales (Aponte, 2002; Dias *et al.*, 2005; Urbano, 2006; Aldrich y Fiol, 2007; Valencia *et al.*, 2007; Lu y Tao, 2010; Ferri y Urbano, 2010; Salmerón y Gómez, 2012; Bjornskov y Foss, 2013), y aún muchos menos, en el área específica de las empresas sociales (Ferri y Urbano, 2010; Urbano *et al.*, 2010; Parker Harris *et al.*, 2014).

Así pues, el objetivo principal de esta Tesis Doctoral es validar la existencia de una relación entre factores del entorno con la creación de empresas sociales, considerando tanto los factores institucionales formales e informales. Además, se propone:

- Analizar y sintetizar conceptos esenciales en torno al emprendimiento social, las empresas sociales y la innovación social.
- Determinar las diferencias que existen entre el emprendimiento comercial y el emprendimiento social.

- Establecer porqué se considera a la teoría institucional de Douglass North como el marco teórico adecuado para el análisis de la creación de empresas sociales.
- Conocer cuáles son los principales factores institucionales relacionados con la creación de empresas sociales.
- Contrastar los entornos institucionales formales e informales que afectan a la creación de empresas sociales en territorios con distinto nivel de desarrollo en la creación de Empresas Sociales.
- Recomendar acciones genéricas para conseguir un entorno institucional más adecuado para el florecimiento de nuevas empresas sociales.

La presente Tesis Doctoral se compone de seis partes a más de esta introducción, en la introducción se explica: la motivación, los objetivos, la metodología que se sigue para orientar el trabajo y la estructura de la Tesis Doctoral.

En la primera parte se analiza el emprendimiento social, sus elementos esenciales y las diferencias que mantiene con respecto al emprendimiento comercial, se describe la evolución de las empresas sociales como parte de la nueva economía social y finaliza con una revisión sobre conceptos relacionados con la innovación social, sus rasgos característicos y su importancia

En la segunda parte se analizan aspectos relacionados con las empresas sociales, entre ellas: los enfoques existentes, las propuestas de definiciones de empresas sociales, cuáles son los tipos de empresas sociales y dentro de ellas se pone énfasis en describir a las empresas sociales que tienen como prioridad la inserción socio-laboral de personas en situación o peligro de exclusión dentro de los contextos español y ecuatoriano.

En la tercera parte, se realiza una revisión de las principales teorías económicas más relevantes que tratan de explicar el fenómeno del *entrepreneurship* o de la creación de empresas, abordados desde cuatro enfoques distintos: el económico, el psicológico, el sociocultural y el gerencial; los que a la vez son encasillados en diferentes niveles: el micro o nivel individual, el meso o nivel de empresa y el macro o nivel global de la economía.

La cuarta parte busca explicar el marco de la teoría institucional, las escuelas y movimientos existentes, hasta llegar a la nueva teoría institucional, de la que Douglass North es uno de sus más grandes exponentes, se revisan conceptos necesarios para su

entendimiento, los argumentos que desde esta teoría buscan explicar el crecimiento económico, así como también las críticas realizadas a esta teoría.

En la quinta parte se desarrolla un estudio empírico que consta de dos fases. En la primera fase, aplicando el método Delphi, en la que participan académicos y profesionales, se busca explorar los distintos factores del entorno institucional que guardan relación con la creación de empresas sociales. La segunda fase, a partir de los resultados de la fase anterior, propone a través de un estudio múltiple de casos aplicados en territorios con distintos niveles de creación de empresas sociales, en los cuales se analizan los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales.

Y finalmente, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones que surgen de esta investigación, incluyendo además una propuesta para futuros trabajos de investigación.

El método utilizado para conseguir el objetivo propuesto, se plantea seguir una metodología que comprende tres fases.

En la primera fase, se pretende analizar y sintetizar conceptos esenciales relacionados con el emprendimiento social, la economía social, la innovación social y las empresas sociales. En segundo lugar, se revisan las diferentes teorías y enfoques que explican la creación de empresas. Finalmente se realiza una búsqueda bibliográfica de los factores institucionales que afectan al emprendimiento social, de esta manera se construye un estado del arte sólido que sirve como marco de referencia para el desarrollo de esta investigación.

La fase empírica está compuesta por dos partes. La primera parte, incluye un estudio Delphi, que está integrado por un panel de expertos españoles y ecuatorianos, con perfiles de profesores universitarios e investigadores con reconocido prestigio en el campo del emprendimiento y de la Economía Social; y por profesionales y directivos de empresas sociales y por técnicos y responsables de organismos públicos o privados que apoyan la creación de empresas. Los resultados de este análisis están enfocados a describir los factores instituciones formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales y que son mencionadas en la literatura correspondiente. Además, busca validar si el marco teórico empleado es el adecuado para este análisis. En la segunda parte, a través de un estudio de casos aplicados a tres entornos en las que las empresas sociales tienen distintos niveles de desarrollo, se analizan y contrastan los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas de inserción socio-laboral

existentes en dos Comunidades Autónomas españolas: Cataluña y la Comunidad Valenciana en España, y de Ecuador

Finalmente, de la recopilación de la información derivada de la revisión bibliográfica y de los estudios empíricos se procede a la formulación de las conclusiones que servirán para enriquecer y aportar validez a la teoría institucional, así como también convertirse en una guía para orientar a emprendedores sociales y a las políticas públicas para el fomento de las empresas sociales.

1 EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

1.1 Introducción al origen y aproximación al concepto de emprendimiento social

El término emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), término que servía para identificar a quien tomaba el riesgo de comenzar con un viaje que tenía mucha incertidumbre. A partir del trabajo seminal de Cantillon, (1755), el término fue adoptado en el ámbito de la economía como una actividad económica particular, de manera que en este trabajo se definía al emprendedor como “el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Consecuentemente, el emprendimiento, en sus inicios, fue estudiado desde un punto de vista puramente económico y posteriormente la psicología, la sociología y la antropología se han encargado de su estudio desde el punto de vista social (Guzmán y Trujillo, 2008).

Schumpeter (1928), fue quien introdujo la figura del emprendedor en la teoría neoclásica, donde el emprendedor decidía las cantidades a producir y a qué precios se debían vender, como decisiones trascendentes que generaban competencia, impulsando el capitalismo dominante en el mercado de las teorías económicas. Para Schumpeter (1928), el emprendedor es la persona con una idea de negocio, el innovador, que pone las ideas en movimiento, y las rentabiliza; que son los emprendedores quienes tienen la función de reformar o revolucionar el patrón de producción a través de la explotación de una invención o una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno que ya existe, pero de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o materiales nuevos; o reorganizar una industria. Es decir, no está centrada únicamente en la invención de algo que puede considerarse innovador, sino que consiste en conseguir que las cosas se hagan (Schumpeter, 1942).

A partir de lo anterior, han surgido una multitud de intentos por definir el emprendimiento, entre ellas la de Shane y Venkataraman (2000), como la identificación, evaluación y explotación de oportunidades. Otro autor sostiene que el fenómeno del emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político, social u otro, y que posee características propias como una cuota de incertidumbre e innovación (Formichella, 2004). Consecuentemente, según la finalidad que tenga cada emprendimiento, distinta será la forma de ser, sentir,

pensar y hacer, en concierto con el modo de innovación que es fuente de inspiración y orientación.

En la misma línea, (Chell, 2007, p.17) considera que “...todo emprendimiento tiene un balance de comportamiento social y comportamiento económico, que, a su vez, permite la generación de valor social y valor económico”. Esto permite intuir que basados en su finalidad, existen por lo menos dos tipos de emprendimiento: el emprendimiento social y el emprendimiento económico.

En la actualidad, no existe una definición clara con respecto a lo que representa el emprendimiento social. A pesar que el crecimiento del emprendimiento social ha sido impresionante en la última década, el significado del término permanece aún como asunto de debate (Harding, 2004). Incluso su significado varía en función del momento, del lugar, del nivel de desarrollo económico, social o cultural de la zona donde se encuentre (Lepoutre et al., 2013). Sin embargo, existen elementos comunes entre multitud de definiciones, entre ellos la búsqueda de soluciones a problemas sociales: Sullivan (2007) dice que el emprendimiento social identifica oportunidades que se presentan como problemas y para resolverlos es necesario emprender; para Dees (1998), los emprendedores sociales perciben oportunidades en los problemas o necesidades urgentes que han sido olvidadas o mal atendidas por otras instituciones, sus oportunidades están donde el resto ven problemas que les son ajenos; otro elemento común es la creación de valor social, mencionado por otros autores como Austin Stevenson y Wei-Sillern (2006) que describen al emprendimiento social como “una actividad innovadora de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocio y del gubernamental”, definición que además incluye un aporte importante con respecto a los sectores en donde se desarrolla, ya que erróneamente se cree que el emprendimiento social solo se desarrolla en el sector sin ánimo de lucro. En ese sentido, la práctica ha confirmado que no existe una forma jurídica específica que adopten los emprendimientos sociales, sino, que se busca la forma más eficaz de movilizar los recursos y dar solución a los problemas sociales.

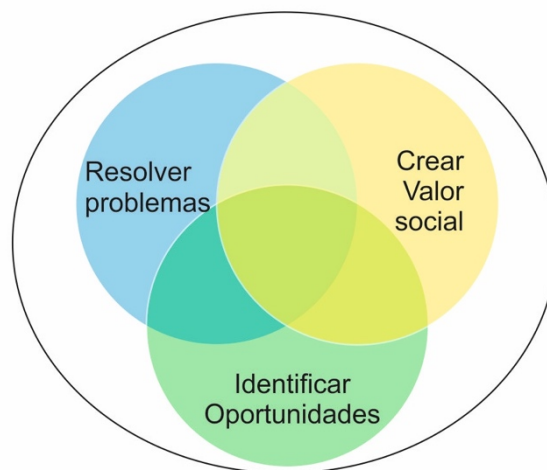
Para Zadek y Thake (1997), todas las definiciones coinciden en el hecho que lo importante en el emprendimiento social es crear valor social, dejando en segundo lugar la creación de riqueza personal y de los propietarios.

Por otro lado, Drucker (1985), partiendo de la definición de Say y de Schumpeter, la amplía para centrarse en la oportunidad, de manera que no atribuye a los emprendedores la causa del cambio, pero ve que la explotación de resultados produce el cambio. Para él, el emprendedor busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad (Dees, 1998). Más tarde, Drucker realiza un nuevo aporte, asegurando que el concepto de emprendimiento no responde exclusivamente a la obtención de beneficios, pudiendo existir emprendimiento en otras organizaciones, como podrían ser las públicas, por ejemplo.

1.2 Elementos claves en el emprendimiento social

Tomando en cuenta los elementos que han sido mencionados en varias definiciones tanto de emprendimiento como de emprendimiento social, se puede encontrar tres elementos que son característicos en los emprendimientos sociales: crear valor social, resolver problemas e identificar oportunidades, según se muestra en el Gráfico 1.1

Gráfico 1.1: Elementos que definen el emprendimiento social



Fuente: Elaboración propia

1.2.1 El valor social como elemento clave del emprendimiento social

Como se corrobora en los últimos conceptos, la creación de valor social es esencial en los emprendimientos sociales. La creación de valor social no es más que crear riqueza para la sociedad a través de cambios permanentes (Guzmán y Trujillo, 2008). Para entenderlo

mejor, recurrimos a la definición de la *Social Enterprise Knowledge Network*¹ (2006): que la define como la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables efecto de la actividad económica”. Entonces, la creación de valor social es cambiar para bien las vidas de las personas en situación vulnerable, mediante la consecución de objetivos socialmente deseables (SEKN, 2006).

Teniendo en cuenta esta definición, Morales (2012), establece que los emprendimientos sociales generan valor social a través de cuatro mecanismos de acción: la eliminación de barreras, el apoyo a poblaciones debilitadas, ser la voz de quienes no tienen voz y la mitigación de efectos secundarios.

a) Eliminar barreras

Las necesidades de la población objetivo y las circunstancias cambian constantemente; sin embargo, algo que casi siempre está presente en un emprendimiento social es algún tipo de barrera que limita que una necesidad básica sea satisfecha (SEKN, 2006). Se pueden identificar tres tipos diferentes de barreras:

- **Barreras de precio/ingreso.** Buena parte de las necesidades de las comunidades las satisfacen los mercados privados, como proveedor de bienes y servicios que se demandan de forma colectiva, a cambio de un precio que está constituido por un coste y un valor adicional que representa el beneficio. Sin embargo, la desigualdad en la distribución de la riqueza, que está atenuada en los países en desarrollo, hace que el acceso a ciertos bienes y servicios esté limitado. Frente a estos problemas, existen emprendimientos sociales que buscan disminuir estas barreras colocando estos bienes y servicios al alcance de las poblaciones a las que sirven (SEKN, 2006). Los bienes y servicios que ofrecen los emprendimientos sociales, son provistos con una visión diferente a la de venderles a los pobres, como lo propone Prahalad y Hart (2002), en su libro *The Fortune At The Bottom*

¹La *Social Enterprise Knowledge Network*, es la Alianza de las escuelas de negocios de España y América Latina, convocada por James Austin en el año 2000 para estudiar y enseñar los emprendimientos sociales.

Of The Pyramid; sino que, busca mejorar la calidad de vida de las personas vulnerables a través de la provisión de éstos. Entre los bienes y servicios objetivo de estas organizaciones se encuentran:

- los bienes de consumo, la educación formal, la educación sexual y planificación familiar y la capacitación en tecnologías de la información y la brecha digital.
- **Fallas de mercado** o exclusión del mercado de capitales. Existen ciertos productos o servicios que los sectores de bajos ingresos pagan un precio superior al que pagan sectores más solventes de la sociedad, entre los que están el agua potable o los alimentos. Como otro ejemplo se puede citar uno de los emprendimientos sociales más conocidos, desarrollado por Muhammad Yunus (Cajaiba-Santana, 2014), consiente que el acceso al crédito es un factor clave para el crecimiento económico al permitir ampliar la capacidad productiva de los sectores de bajos ingresos, se percató que el crédito financiero es un servicio que la población carente de recursos paga con sobreprecio, por lo que era necesario ofrecer capital productivo a precios razonables a través de los microcréditos. Para ello Fundó el Banco de Grameen (*Grameen Bank*) en Bangladesh².
- **Las barreras simbólicas.** Además de las barreras mencionadas anteriormente, existen barreras de acceso que son menos contundentes y, por lo tanto, los observadores externos tienen dificultad para advertirlas, pero, aunque son menos obvias, pueden generar perjuicios similares; como ejemplo de este tipo de barreras se pueden mencionar las relacionadas con los servicios de salud por parte de una comunidad indígena, entre ellas las barreras geográficas, relacionadas con la distancia y la escasez de transporte; las barreras culturales como el lenguaje y la concepción de los indígenas sobre la medicina y los tratamientos (Trujillo y Guzmán, 2008).

² Ello condujo a que en el año 2006, por sus esfuerzos para incentivar el desarrollo social y económico desde abajo, se le otorgara el Premio Nobel de la Paz.

a) Apoyo a poblaciones debilitadas

La pobreza crea condiciones negativas que deben ser afrontadas enérgicamente, ya que en el caso contrario deteriorará la capacidad de las personas a actuar en forma autónoma en defensa de sus propios intereses. Para atacar la exclusión social es necesario empoderar al desposeído y no solo derribar barreras de precio o redistribuir la riqueza (SEKN, 2006; Guzmán y Trujillo, 2008). Entre las acciones que deben atenderse se encuentran: derechos básicos vulnerados, tejido institucional precario de comunidades de base y marginación y delincuencia juvenil.

b) Ser la voz de quienes carecen de voz

Existen emprendimientos que atienden las necesidades de grupos que carecen de voz propia para defender sus intereses y derechos, dan voz a quienes de otra forma permanecerían pasivos (SEKN, 2006; Guzmán y Trujillo, 2008). Entre los objetivos de estos emprendimientos se distinguen niños y adolescentes, víctimas de abusos sistemáticos, consumidores sin capacidad de articular sus intereses y actuar, discapacitados físicos y mentales y medio ambiente.

c) Efectos secundarios indeseados

Aunque la producción de bienes y servicios legítimos, tiene el objeto de cubrir las necesidades de las personas, crear valor y contribuir al bien común, la producción de varios de estos bienes puede generar efectos secundarios negativos desde el punto de vista social. Muchos de estos efectos son regulados por el mercado y el marco legal existente y los que no están regulados por las instituciones anteriores son gestionados por emprendimientos sociales (SEKN, 2006; Guzmán y Trujillo, 2008), entre ellos se incluyen: las externalidades negativas consecuencia directa de la actividad económica, la responsabilidad y la licencia social para operar y la resolución de problemas sociales.

1.2.2 La resolución de problemas

De Pablo (2005) define al emprendimiento social como el compromiso de crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también mediante una aproximación desde la perspectiva

de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación, característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

Esto nos hace notar que a lo largo de la historia las sociedades han ido articulando diferentes formas de satisfacer sus propias necesidades y lo han hecho a través de diversos agentes como: la familia, el Estado, el mercado y la iniciativa social, quienes de acuerdo a sus propios valores y motivaciones han creado diversos mecanismos institucionales para esa legítima finalidad.

En esa misma línea, Casado (1994) explica que las necesidades sociales insatisfechas pueden ser resueltas por medio de los servicios sociales, pero no todas las respuestas son propias de los servicios sociales. Por ejemplo, la familia puede ser una institución fundamental para resolver necesidades, pero no es un servicio social; en cambio, un centro de protección infantil sí lo sería. Por tanto, las necesidades sociales pueden ser resueltas por las siguientes categorías (Casado, 1994):

a) Ayuda elemental y redes informales

Las sociedades complejas, gracias a la división del trabajo y a la especialización, no permiten una autonomía absoluta de auto-provisión de necesidades, por lo que todas las personas deben recurrir permanentemente a los demás. La motivación que guía a la ayuda elemental puede ser el vínculo afectivo y personal y la relación de consanguinidad, distinguiéndose dos grupos que cubren diferentes tipos de necesidades: la familia cubre desde las necesidades fisiológicas, de afecto de socialización y hasta las de autorrealización y los grupos étnicos, de amistad, compañerismo, que proporcionan intercambio afectivo e interacción personal (Casado, 1994)

b) La intervención del Estado

El Estado trata de cubrir las necesidades sociales a través de los sistemas públicos de servicios sociales, y lo hace a través de las siguientes modalidades: intervención directa, ordenación control y tutela, tanto de las empresas privadas y de las de iniciativa social, subvención de actividades de interés social y contratación y concertación de entidades privadas.

c) El mercado

El mercado es el medio más común para la adquisición de bienes y servicios, pues oferta una extensa gama de servicios para satisfacer las necesidades humanas a cambio de un beneficio empresarial suficiente para retribuir a sus accionistas.

Sin embargo, en la actualidad se cuestiona la incompatibilidad existente entre el ánimo de lucro de los mercados y la provisión de servicios sociales y la prestación de bienestar social. Hay que tener en cuenta que el sector capitalista se caracteriza por estar dominado por el poder de grupos monopólicos que están enfocados exclusivamente en los beneficios y en la acumulación de capital sin límites, dejando de lado la satisfacción de los productores y de los consumidores (Coraggio, 2005).

d) Emprendimientos sociales

Las entidades de Economía Social y Cooperativa, a diferencia de otros modos de satisfacción, operan motivados por ejercer un verdadero cambio social; no lo hacen por vínculo personal, ni por mandato oficial, ni por su espíritu mercantil.

1.2.3 La identificación de oportunidades en los emprendimientos sociales

La identificación de oportunidades ha sido reconocida como una característica propia de todo emprendimiento. Para Schumpeter, no es necesario participar en un proceso de invención, basta con percibir la oportunidad de aplicación, a partir de los conocimientos existentes (Rodríguez y Jiménez, 2005). Para Kirzner, en su análisis el emprendimiento surge de estar alerta a las oportunidades que ya existen y que esperan que alguien las descubra y no como fuente de ideas innovadoras. También hay muchos otros autores que presentan una orientación *opportunity based* (Eckhardt y Shane, 2003; Dean y McMullen, 2002; Shane y Venkataraman, 2000; Shane, 2000; Venkataraman, 1997).

Sin embargo, existe una marcada diferencia en cuanto a lo que representa una oportunidad desde los enfoques comercial y social. Así, mientras para el emprendedor social el encontrar una necesidad social insatisfecha es motivo suficiente para tomar una acción,

para el emprendedor comercial la oportunidad está condicionada por la existencia de un mercado en crecimiento y potencialmente rentable (Guzmán y Trujillo, 2008)³.

1.3 Diferencias entre el emprendimiento empresarial y el emprendimiento social

El emprendimiento desde el enfoque empresarial y desde el enfoque social tiene algunas semejanzas. Entre ellas, menciona Chell (2007, p17), que “todo emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y un balance de comportamiento económico”. Por otro lado, Eikenberry y Kluver (2004), hacen referencia a que algunos programas de bienestar social llevados a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, han visto disminuida su financiación tanto pública como privada, para afrontar las restricciones monetarias se han visto forzadas a subcontratar o asociarse con empresas lucrativas, a crear sus propias divisiones de emprendimiento de negocios y hasta han llegado a adoptar su forma organizacional y legal.

Aunque el emprendimiento desde los enfoques empresarial y social muestran ciertas similitudes, también pueden mostrar ciertas características que los diferencian. A continuación, se mencionan diferentes propuestas teóricas que ayudarán a establecer las diferencias entre el emprendimiento empresarial y el emprendimiento social.

Guzmán y Trujillo (2008), en una revisión de la literatura, ha encontrado cuatro modelos que explican los rasgos característicos distintivos en torno al emprendimiento social y el emprendimiento comercial: el modelo basado en el fin perseguido, el basado en las características de la actividad emprendedoras, el basado en tres procesos analíticos distintivos y el basado en el modelo de emprendimiento comercial.

El primer modelo, que puede denominarse de diferenciación basada en el fin perseguido, toma las ideas de Skoll en Dearlove (2004). Este modelo recalca que existe una gran diferencia entre el emprendimiento comercial y social, y ésta radica en que mientras los emprendedores de negocios abordan el problema desde un punto de vista puramente económico, los emprendedores sociales se centran en resolver problemas sociales, y su motivación no está relacionada con los beneficios materiales para sí mismos.

³ Esta y otras diferencias serán abordadas a continuación.

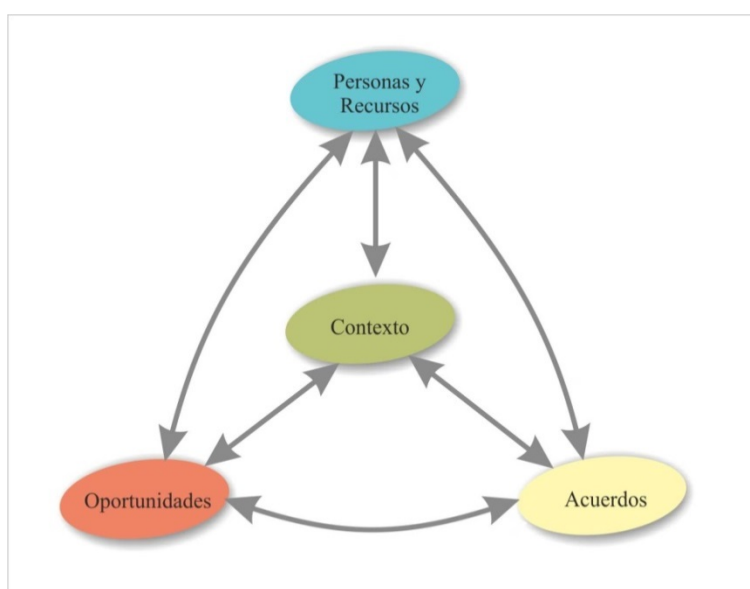
Un segundo modelo, que puede denominarse de diferenciación basada en las características de la actividad emprendedora realiza una comparación basándose en cuatro variables: La primera variable utilizada en el análisis es la falla de mercado, la idea principal se basa en la aseveración de Austin *et al.*, (2006), que señala que un problema para el emprendedor comercial constituye una oportunidad para el emprendedor social. La segunda variable utilizada en el análisis es la misión; mientras el emprendedor comercial tiene como propósito fundamental la creación de operaciones rentables para los propietarios, el propósito que busca el emprendimiento social es la creación de valor social para el bien público (Weerawardena y Mort, 2006). La tercera variable a analizarse es la movilización de recursos; la restricción de no distribuir los excedentes generados por las organizaciones sin ánimo de lucro y el propósito social enraizado o las formas híbridas de la empresa social, constituye una limitación para la financiación de los emprendedores sociales en los mercados de capitales; otro de los problemas que deben afrontar los emprendedores sociales es la falta de capacidad para de manera competitiva retribuir al personal que requiere. Y la cuarta y última variable, está relacionada con la dificultad que representa medir el desempeño de las organizaciones sociales, en vista que la medición del impacto social generado por los emprendimientos sociales representa un importante reto.

El tercer modelo que se menciona es el realizado por Dorado (2006), apoyado en tres procesos analíticos distintivos: En primer lugar, la definición de la oportunidad que viene dada por la relación existente entre la experiencia previa del emprendedor y el tipo de emprendimiento de negocios que crea; sin embargo en los emprendimientos sociales al asumir comportamientos relacionados con los emprendimientos comerciales, éstos corren el riesgo de “creer que la experiencia afrontando un problema social particular puede ser utilizada eficientemente en la definición de una solución basada en los principios de los emprendimientos de negocios” (Dorado, 2006, p.332). En segundo lugar, el proceso trata de la consecución de recursos financieros, para los emprendimientos comerciales tienen menor importancia que la identificación de la oportunidad; sin embargo, para los emprendedores sociales la disponibilidad de recursos financieros, se convierte en principal debido a la carencia de flujo de caja y de activos que caracterizan a este tipo de emprendimiento. Finalmente, con respecto a la estructura organizacional, respecto a las organizaciones legales, el sometimiento a la supervisión pública y privada y la relación

que estos emprendimientos tienen con los grupos de interés, generan una estructura más estructurada en los emprendimientos de negocios frente a los emprendimientos sociales.

En último lugar, Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006) a partir del modelo de emprendimiento comercial desarrollado por Sahlman (2007) y considerando las características mencionadas en las definiciones de emprendimiento social y conceptos relacionados, hacen un análisis comparativo entre los emprendimientos social y comercial. En este modelo se enfatiza el ajuste dinámico entre cuatro componentes interrelacionados en el emprendimiento: las personas, el contexto, el acuerdo y la oportunidad, tal y como se explica en el Gráfico 1.2.

Gráfico 1.2: Modelo de Emprendimiento comercial de Sahlman



Elaboración propia a partir de Sahlman (2007)

En este modelo se considera que los recursos humanos y financieros son dos componentes claves que aseguran el éxito en cualquier tipo de emprendimiento. Sin embargo, las características del emprendimiento social hacen que captar tanto el talento humano necesario para funcionar dentro la organización como captar recursos financieros sea más difícil que para el emprendimiento comercial. Con respecto a los recursos humanos, los emprendimientos sociales tienen dificultades para reclutar colaboradores debido a que cuentan con recursos monetarios limitados que permitan compensarlos con altas remuneraciones. Esto hace que estas organizaciones dependan de voluntarios y de empleados con intereses filantrópicos interesados en generar valor social y que no

busquen la creación de riqueza privada (Certo y Miller, 2008). Por tanto, es más difícil compensar monetariamente al personal dentro de un proyecto social que en un proyecto comercial. Sin embargo, los empleados de organizaciones sociales dan gran valor a la compensación no pecuniaria de su trabajo por implicaciones y valores sociales. Con respecto a los recursos financieros, los emprendimientos sociales no pueden aprovechar los mismos mercados de capitales que los emprendimientos comerciales debido a la restricción de no distribuir los excedentes que son generados por las organizaciones que tienen fines sociales. En cambio, los emprendedores comerciales pueden atraer recursos financieros ofreciendo a los inversionistas el atractivo de los rendimientos potenciales. En consecuencia, los autores Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006) manifiestan que los emprendedores sociales, al tener limitaciones para atraer estos recursos, deben tener una sólida reputación que genere confianza entre sus colaboradores y la voluntad de invertir en una empresa social y su misión. Afortunadamente, en los últimos años han emergido sociedades de capital riesgo filantrópicas, como Ashoka, el Fondo Acumen y *Venture Philanthropy Partners*, que no solo proporcionan recursos financieros, sino que también brindan asesoramiento y relaciones interinstitucionales para crear nuevas empresas sociales.

Por otro lado, la oportunidad, según Sahlman (2007), puede ser concebida como una actividad que requiere la inversión de recursos escasos con la esperanza de conseguir un beneficio. Estos beneficios serán diferentes de acuerdo al enfoque que lo oriente, en el caso del emprendimiento comercial serán los beneficios económicos, mientras que en el emprendimiento social los beneficios serán conseguir el bien público (Austin et al., 2006). Mientras que para el emprendedor comercial la oportunidad debe tener un mercado creciente y representativo y la industria debe ser estructuralmente atractiva; para el emprendedor social basta con reconocer una necesidad social o una falla de mercado, dando menor importancia al mercado. Muchos de los emprendimientos sociales surgen debido a que las fuerzas del mercado no responden a las necesidades sociales de ciertos grupos, incluso debido a la incapacidad de las personas para pagar por ellos. De ahí que Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006, p 3), propongan que “las fallas en el mercado crearán oportunidades diferentes para el emprendimiento social y comercial”. De lo dicho anteriormente se desprende que la oportunidad cobra una mayor importancia dentro del emprendimiento comercial debido a que las oportunidades rentables son escasas, mientras que para un emprendedor social las oportunidades son más abundantes, haciendo que

tengan mayor importancia aspectos como contar con suficientes recursos financieros y humanos (Guzmán y Trujillo, 2008). En la misma línea, difieren en la forma de explotar las oportunidades. Así, Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006) sostienen que el emprendimiento comercial tiende a centrarse en desarrollar nuevos avances, y buscar soluciones a nuevas necesidades; mientras que el emprendimiento social por lo general se centra en atender necesidades básicas a través de formas innovadoras y con mayor eficacia.

El contexto puede ser definido como los factores que afectan a la naturaleza y a los resultados de la oportunidad (Austin et al., 2006), que están fuera de control de la gestión y está conformado por factores como la macroeconomía, los impuestos y sus regulaciones, así como el entorno socio-político. Estos factores del contexto son importantes tanto para el sector social como para el sector comercial. En los emprendimientos sociales, el mercado filantrópico está siendo afectado por la actividad económica, debido a que una gran parte del capital filantrópico tiene como fuente a la empresa comercial; además, algunos fondos sin ánimo de lucro son invertidos en el mercado de valores y las contribuciones individuales están relacionadas directamente con los niveles de ingresos discrecionales de las personas. En general las regulaciones de los gobiernos son relevantes para ambos tipos de empresas y son los líderes quienes deben distinguir cuáles son los tipos específicos de leyes y regulaciones que afectan a su capacidad de funcionar. Las leyes regulan la exención de impuestos o las operaciones llevadas a cabo por organizaciones sin fines de lucro, las políticas fiscales que afectan a la cantidad de donaciones al sector y las políticas sociales que afectan a necesidades sociales como la educación, el medio ambiente, la salud y la vivienda. Finalmente, al igual que las empresas comerciales compiten entre sí por recursos como la financiación, una cuota de mercado y por los empleados más talentosos; las empresas sociales compiten entre sí por dólares filantrópicos, donaciones y contratos gubernamentales, voluntarios reconocimiento de marca comunitaria, atención política y clientes o consumidores y talento dentro de su contexto de industria.

Aunque el contexto puede afectar de forma análoga a las empresas comerciales y a las sociales, el impacto del contexto en un emprendimiento social difiere del impacto del contexto en un emprendimiento comercial. Los emprendimientos sociales responden de forma diferente frente a las condiciones adversas del contexto. Al surgir crisis económicas

las necesidades sociales tienden a intensificarse creando oportunidades para emerger a nuevas empresas sociales para atender tales necesidades, a pesar de existir un entorno de financiación adverso. Por tanto, se estima que para los emprendimientos sociales, los mecanismos de selección de mercados son menos intensivos porque tienden a ser menos poderosos y a actuar en largos períodos de tiempo. Incluso frente a un contexto adverso los emprendedores sociales podrían intentar cambiar el contexto mismo ya que el problema social a menudo suele estar profundamente arraigado en factores contextuales.

Los emprendedores sociales suelen prestar menos atención a los factores del contexto que su contraparte comercial y avanzan sin una comprensión clara de su impacto. Aunque existe competencia entre organizaciones sociales, éstas no suelen ser recompensadas por su buen desempeño en forma de mayor financiamiento. De la misma forma, éstas frente a un desempeño inferior tampoco son castigadas con la misma intensidad que lo haría a una empresa. Entonces se puede decir que la disciplina del mercado se aplica menos en los emprendimientos sociales (Austin et al., 2006). En los emprendimientos sociales el impacto de los factores del contexto macroeconómico y social son bastante ambiguos. Los emprendedores sociales tienden a estar menos preocupados por el contexto operativo debido a que las consecuencias suelen presentarse con bastante lentitud, si es que se presentan (Austin et al., 2006).

Finalmente, los acuerdos son relaciones contractuales que generan mutuo beneficio entre un proyecto empresarial y los proveedores de los recursos. Todo emprendimiento debe dotar a un proyecto de recursos financieros, así como de habilidades y talento para ayudar a generar un retorno de su inversión. Sin embargo, debido a la forma en la que deben ser movilizados los recursos y en la forma en cómo se mide el desempeño, los términos de los acuerdos pueden ser diferentes dependiendo de si se trata de un emprendimiento social o comercial (Austin *et al.*, 2006). Los emprendimientos sociales para compensar sus limitaciones financieras, al reclutar, retener y motivar al personal, a los voluntarios y a los miembros o patrocinadores, deben ser creativos, considerando incluso que deben proporcionar valor a un grupo heterogéneo de *stakeholders*, en donde cada grupo busca una forma distinta de valor. La relación existente entre los clientes o usuarios y el emprendedor social difiere a la existente entre los clientes o usuarios y emprendedores comerciales. Aunque en las empresas sociales sus clientes o usuarios tienen suficiente capacidad e influencia moral para influir en las decisiones de ella; por lo general, éstos

los usuarios al tener escasa o nula capacidad económica, tienen escaso poder económico para influir en la relación contractual con la empresa social, de ahí que estas empresas sociales consideren que sus clientes, además de sus usuarios, también lo son quienes proveen la financiación. Aunque, puedan existir empresas sociales en las cuales sus clientes o usuarios tengan una doble condición de usuarios y propietarios; en tal caso, su poder de decisión se vuelve determinante.

El tiempo y la flexibilidad en las transacciones realizadas difieren notablemente entre el emprendimiento social y el comercial. Así, mientras que los inversores en los emprendimientos comerciales otorgan cierta libertad para utilizar el capital hacia áreas con mayor potencial de crear valor para la empresa, los inversores de empresas sociales ponen a disposición de la organización solo una porción de las necesidades de capital durante un período corto de tiempo (Letts, Grossman y Ryan, 1999), obligando a los emprendedores sociales a dedicar buena parte de su tiempo a conseguir subvenciones, las cuales tienen restricciones de gasto y están sujetas a una posterior rendición de cuentas. Por otro lado, con respecto a los acuerdos existentes entre inversionistas y emprendedores sociales, existe mucha más incertidumbre debido a la complejidad de medir el impacto social generado, a esto se suma que no existe una medida que pueda alinear los intereses de todas las partes involucradas.

A través del modelo de emprendimiento comercial se pueden analizar las diferencias existentes entre el emprendimiento comercial y el social, tal como se resume en la Tabla 1.1.

Tabla 1.1 Diferencias entre emprendimiento comercial y emprendimiento social

PARAMETROS		EMPRESA COMERCIAL	EMPRESA SOCIAL
PERSONAS Y RECURSOS	Recursos humanos	Motiva con altas remuneraciones	Trabajo es voluntario y de carácter filantrópico
	Recursos financieros	Inversionistas por el potencial de beneficios	Genera confianza entre colaboradores y la voluntad de invertir en su misión
OPORTUNIDAD	Identificación oportunidades	Mercado creciente y representativo, Potencialmente rentable, muy escaso	Una necesidad o falla de mercado es suficiente. Son muy abundantes
	formas de explotar	Desarrollo de nuevos avances, y soluciones a nuevas necesidades	Centra en necesidades básicas, de forma innovadora y eficaz
CONTEXTO	Mecanismos de selección de mercados	Son intensivos, tienden a actuar en períodos cortos de tiempo	Menos intensivos. En un contexto adverso se crean oportunidades para crear nuevas empresas sociales para atender las necesidades sociales insatisfechas
	Forma de compensar el desempeño	Recompensan el desempeño superior y castigan el desempeño inferior	No recompensa el desempeño superior de forma fácil, no se castiga el desempeño inferior. Algunas empresas sociales aun siendo ineficientes e ineficaces en la prestación de servicios pueden sobrevivir.
	Impacto de los factores contextuales	Pueden entenderse claramente	Son ambiguos, las consecuencias se presentan lentamente, si es que se presentan
ACUERDOS	Reclutamiento, retención y motivación al Personal	Medios financieros	Formas creativas
	<i>Stakeholders</i>	Valor homogéneo	Valor heterogéneo
	Clientes	Usuarios tienen poder económico	usuarios no tienen poder económico
	Tiempo y la flexibilidad	libertad para invertir en áreas con potencial de crear valor para la empresa	solo disponen de parte del capital necesario, por períodos cortos de tiempo
	Incertidumbre entre inversionistas	Se puede medir el desempeño	complejidad para medir el impacto social generado

Fuente: Elaboración propia a partir de Sahlman (2007)

1.4 La innovación social y el comportamiento innovador en las empresas sociales

Todo emprendimiento implica innovación. Por tanto, la innovación está vinculada directamente con el emprendimiento, ya que innovar es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio en las organizaciones. Este proceso se caracteriza por la búsqueda constante de oportunidades y de conseguir resultados concretos y medibles a través de la articulación de recursos físicos y humanos.

El fenómeno de la innovación tuvo sus inicios en la literatura a través del libro *Bussiness Cycles* de Schumpeter (1939), en donde se conceptualiza la innovación como una secuencia holística e integral en la cual los aspectos económicos y sociales son más relevantes que los científicos y tecnológicos. Sin embargo, allí se condiciona que estos descubrimientos o invenciones deben estar dentro del ámbito empresarial, para ser reconocidos como tales, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos, y productos que van a introducirse en el mercado (Bonilla y Rojas, 2013).

Más adelante Drucker (1986), señala que la innovación cambia algo, un proceso, el comportamiento de alguien, por consiguiente, la innovación debe estar siempre cerca del mercado, enfocada al mercado y dirigida al mercado, por lo que innovar va más allá de crear algo nuevo, es materializarlo e introducirlo exitosamente en el mercado y para lograrlo se conjugan cambios organizacionales, gerenciales, comerciales y tecnológicos. En la misma línea, la Unión Europea en el año 1995, en el libro verde de la innovación, contempla otra perspectiva desde el enfoque económico: “La innovación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad.”, estableciendo la relación directa que existe entre las formas eficientes de resolver las necesidades sociales con la innovación, a pesar del enfoque hacia el mercado.

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su manual de Oslo⁴ afirma que la innovación no es el fin por en sí mismo, sino que es el

⁴ Publicación de la OCDE, que se ha convertido en una guía para la realización de mediciones y actividades científicas y tecnológicas que define conceptos y clarifica las actividades consideradas como innovadoras

instrumento para optimizar la producción y la productividad, contribuyendo de forma positiva a la competitividad de una empresa, al reducir los costes de producción y al estar presente en nuevos mercados.

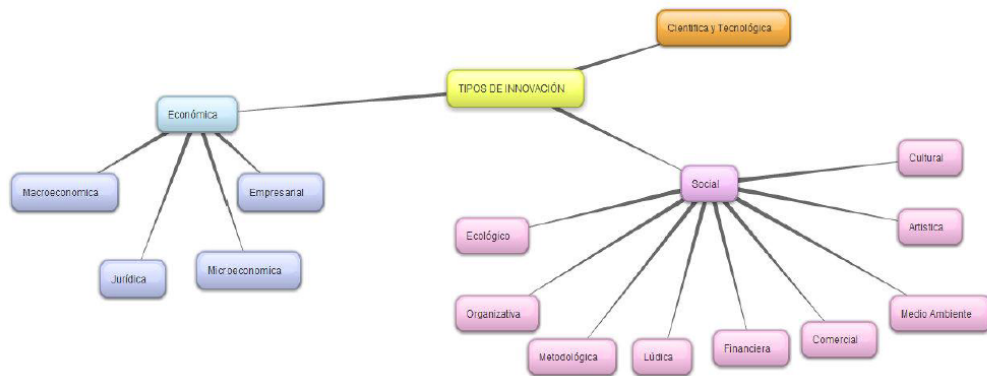
Bonilla y Rojas (2013; p.6), en una revisión de la literatura en materia de innovación, conciben “la innovación como manifestación de la invención y de la creatividad en nuevas formas de mercados y valores económicos, su desarrollo e impacto en el tejido social, tocará todas las actividades económicas y productivas evidenciando su propósito mismo: la mejora continua del producto, del mercado, de la organización, de la sociedad y del entorno”.

La innovación desde el punto de vista macroeconómico, ha sido considerada como el factor más importante de cualquier economía, más importante que el capital y más importante que el trabajo, ya que a través del conocimiento es posible crear más valor o usar menos recursos, dando la oportunidad a los países de ser más competitivos: produciendo más, con mayor calidad y con menos recursos (Mulet, 2002).

La innovación desde el enfoque empresarial, se transforma en conocimiento y éste a su vez en utilidades, mayor riqueza y satisfacciones para la empresa. Para su desarrollo se usan nuevos métodos organizacionales en el negocio, en la organización del trabajo y en cómo se relaciona con su entorno (Drucker, 1986).

Echevarría (2008) distingue varios tipos de innovación en función de los diversos valores de los sectores a los que tienden a satisfacer: económicos, tecnológicos - científicos y sociales, ver Gráfico 1.3.

Gráfico 1.3: Tipos de innovación



Fuente: Bonilla y Rojas (2013)

Desde el enfoque económico, la innovación debe ser adoptada por las empresas debido a que son capaces de conseguir efectos importantes: el primero es que pueden ofrecer productos servicios y procesos con mayor calidad y, el segundo, es que pueden producirlos con menos recursos (Bonilla y Rojas, 2013). En consecuencia, con mejores productos y servicios aumenta el valor y, por lo tanto, el cliente está dispuesto a pagar más por ellos, y, si además éstos se pueden conseguir con menos recursos, las rentas serán más altas.

Por otra parte, según la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (2008), la innovación desde el punto de vista científico y tecnológico es un conjunto de etapas iniciadas por la investigación y desarrollo (I+D) que conllevan desarrollo científico y tecnológico orientados a crear, implementar procesos y desarrollar o mejorar productos, estableciendo un futuro prometedor para las empresas (Bonilla y Rojas, 2013). Finalmente, desde el enfoque social, la innovación surge como iniciativa de personas con necesidades o desde las que quieren ayudar, que plantean mejorar el bienestar y la cohesión social a través de nuevas formas de producir un bien y de la prestación de un servicio y que tienen potencial de ser replicables (Morales, 2009). Es aquí donde surge el concepto de innovación social, como una forma de innovación diferente a otras (tecnológica, económica, ...)

Morales (2012) manifiesta que en la actualidad no existe un concepto de innovación social que sea aceptado de forma general, sino que existen algunas aproximaciones coincidentes en algunos aspectos y en otros no, dependiendo de la disciplina desde la que se aproxime. A partir de una revisión de varias definiciones de innovación social, Morales (2012; p.

148) llega a proponer la suya: “una innovación social consistiría en una acción endógena o intervención exógena (surgida desde las personas necesitadas o desde las que quieren ayudar) de desarrollo social (que mejora el bienestar y la cohesión social) producida mediante un cambio original y novedoso en la prestación de un servicio o en la producción de un bien (admite diferentes formas de manifestación intangibles o tangibles) logrando unos resultados (existen indicadores objetivables del cambio producido) generalmente mediante un sistema en red (adquieren mayor protagonismo las relaciones interorganizativas más que las intraorganizativas) que son potencialmente reproducibles (tiende a su difusión ilimitada en lugar de su reproducción restringida o controlada).”

Existen convergencias y sinergias en torno al enfoque que pueda tener la innovación, como por ejemplo la existencia de capital humano y de tecnología es común en todas las organizaciones, pero sin embargo en las entidades de Economía Social el componente tecnológico científico no tiene la misma relevancia que tiene en las empresas de capitales, especialmente en las que apuestan fuertemente por la investigación y desarrollo (I+D). Pero, las empresas de Economía Social y las de capitales coinciden en la búsqueda de innovar sus servicios, para conseguir mejorar la satisfacción del beneficiario o cliente (Morales, 2010).

1.4.1 Principales rasgos de una innovación social

Para una mayor comprensión del alcance de ese concepto emergente y las convergencias que tiene con las iniciativas de Economía Social, Morales (2012) propone la existencia de rasgos característicos comunes en experiencias innovadoras a nivel social: originalidad (Rodríguez y Alvarado, 2008), intangibilidad, replicabilidad (Rodríguez y Alvarado, 2008) y eficacia social.

a) Originalidad

La originalidad en la innovación social sorprende, no tanto por su complejidad técnica, sino por su eficacia para resolver problemas con poca burocracia. De hecho, suelen ser experiencias paradigmáticas abordadas por su novedad desde diversas disciplinas. Para Rodríguez y Alvarado (2008) La originalidad de este tipo de innovación radica en el proceso que permite hacer realidad un cambio específico.

b) Intangibilidad

Tradicionalmente se han manejado dos tipos de innovaciones: la de producto y la de proceso sea interna o externa, siendo la interna la de tipo organizativa y la externa a través del desarrollo de nuevos servicios añadidos al producto. Las organizaciones no lucrativas y las Administraciones Públicas que ofrecen servicios también innovan en sus servicios que prestan a sus clientes o usuarios y en sus procesos como actividades internas y externas que los hacen más eficientes y eficaces.

La innovación social puede encuadrarse tanto en la innovación de productos-servicios como en la de proceso, pero con una elevada participación de activos intangibles como que a través de sus iniciativas, proyectos e instrumentos tratan de forma original de dar solución a problemas sociales, planteando la no resignación a problemas como el hambre y la pobreza y la exclusión.

c) La replicabilidad

Por tanto, el desarrollo de una innovación social debe contener dos componentes estratégicos, que implican una economía de escala y de especialización y a la vez capacidad de adaptación y riesgo. Esta dinámica puede dotar a la innovación social de una escala mundial. La importancia de esta característica es resaltada en el informe de la CEPAL: Claves de la Innovación Social en América Latina y el Caribe, en dónde se consideraba a este criterio para definir las como una innovación ejemplar en el campo social.

d) Eficacia social

La innovación social tiene como objetivo la resolución de problemas, y está vinculada a la satisfacción de necesidades humanas básicas (Moulaert y Ailenei, 2005). Los resultados logrados son consecuencia de la generación de capital social, concepto que desarrollaron los autores de la sociología económica (Swedberg, 1991; Swedberg y Smelser, 1994), quienes para explicar el comportamiento económico de los individuos, en el concepto engloban no solo a las personas sino a las normas y a las redes sociales que contribuyen a la generación de acciones colectivas en beneficio de toda la comunidad.

En definitiva, la innovación social requiere unos niveles adecuados de capital social, de cooperación a escala micro y una ciudadanía articulada y organizada a nivel macro. A partir de estos requisitos van desarrollándose y generando nuevas formas de organización de la acción colectiva por medio de la institucionalización formal e informal, afectando a las relaciones sociales y a la satisfacción de las necesidades básicas no cubiertas.

1.4.2 Importancia de la innovación en las empresas sociales

Partiendo del pensamiento schumpeteriano de la figura del emprendedor, Veciana (2007; p.103) señala que “la innovación y la creación de empresas están íntimamente relacionadas, porque la innovación conduce a la creación de nuevas empresas y, a su vez, la creación de nuevas empresas supone, por regla general, una innovación. Ambas constituyen una simbiosis y se consideran actualmente la base del desarrollo y crecimiento económico.”

Actualmente, la adopción de la innovación en cualquier tipo de empresa tiene gran importancia, dada la situación competitiva actual en la que el mercado es cada vez más exigente, en el que existe un mayor número de competidores, en el cuál es cada vez es más fácil imitar las mejoras y con ello las ventajas competitivas se ven reducidas o eliminadas rápidamente; todo esto está impulsando a las organizaciones a adoptar una estrategia de diferenciación basada en la innovación.

Aunque se percibe a la innovación como fuente de múltiples beneficios relacionados con las mejoras en los resultados financieros, mejoras en la productividad y en la competitividad empresarial. Hay organizaciones, de toda índole, que no solo ven el impacto económico de su accionar, sino que son conscientes que tienen una responsabilidad con la sociedad que las acoge. Con este planteamiento surge la necesidad

de no solo hacer algo social, sino hacer eficaz y diferente (Morales, 2009a). De allí emerge el concepto de innovación social.

Sanchis (2008) citando a Veciana (2007) y a Armington y Acs (2002), recalca que existe una relación entre innovación empresarial y desarrollo local o desarrollo endógeno, a través de la creación de empresas locales, siendo estas empresas sociales locales, las que favorecen el desarrollo de una innovación social, ya que los principios y fines sociales coinciden con el objetivo prioritario en el ámbito del desarrollo local, como es el caso de la inserción socio-laboral. Adicionalmente, a través de innovaciones sociales como la introducción de nuevas formas organizativas y de gestión, se crean organizaciones con base social, lo que de forma análoga producirá una relación recíproca entre innovación social y creación de empresas de base social (Sanchis y Campos, 2008).

La importancia de la innovación social en las empresas sociales está dada porque a través de ella se adquieren capacidades especiales como: capacidad cultural, capacidad para trabajar en grupo, capacidad para comunicarse o capacidad para afrontar los cambios, entre otras. Estas capacidades muy difíciles de imitar, constituyen una ventaja competitiva sostenible, a diferencia de las innovaciones tecnológicas que proveen capacidades de tipo que son más fáciles de imitar (Sanchis y Campos, 2008).

La OCDE, en su Manual de Oslo de 1996, menciona que el Estado y el Tercer Sector son los principales precursores, para crear nuevos mecanismos y programas para mejorar las condiciones de vida de las personas. Las innovaciones sociales deben entenderse en el ámbito social como una manera diferente de hacer las cosas, creando nuevas ideas para nuevas y viejas demandas.

Para Morales (2009) la innovación social cobra importancia debido a tendencias percibidas en agentes clave tales como el Estado, la empresa, el Tercer Sector y la sociedad en general.

Para el Estado, que frente a la crisis de confianza en las instituciones tradicionales, que son las llamadas a dar una respuesta adecuada a los desafíos económicos y sociales, que ni el protagonismo del mercado ni las opciones más sociales han sido capaces de presentar propuestas equilibradas que aseguren la eficacia (buenos servicios) y la eficiencia (tamaño y coste) del Estado. Ante este reto el sistema organizativo de la AA.PP. exige adaptarse a los nuevos cambios sociales, para incorporar nuevas técnicas de gestión,

utilizar nuevos instrumentos y nuevas estrategias de actuación y estar abierto a la innovación.

Para las empresas, debido a los cambios en el modelo empresarial comienzan cuando éstas, ya sea como una forma de legitimar su accionar, por demanda social o por imitar lo que hacen otras, comienzan a plantearse que sus acciones no solo tienen impacto económico, sino que tienen un impacto social del que se sienten responsables. De allí surgen iniciativas sociales, que generalmente tienen limitaciones respecto a los recursos que destinan a la causa social debido a que no pueden poner en riesgo la viabilidad de la empresa. Sin embargo, hay algunas empresas que trasladan sus actividades sociales como estrategias prioritarias del negocio, desarrollando nuevos modelos de negocio con orientación social, para atender de forma efectiva y rentable a ciertos segmentos de mercado, ello constituye una nueva fuente de innovación que además de constituir negocios rentables y competitivos aportan a la reducción de problemas como la pobreza y la contaminación ambiental.

Para la misma sociedad, que ha perdido la confianza en el Estado y en la empresa, los cambios están generando nuevos actores y nuevas esferas de acción más independientes de opciones partidistas, de intereses económicos y más cercanos a los problemas de las personas en situación vulnerable. De entre ellos surgen actores como los llamados prosumidores⁵, aquellos consumidores que producen bienes, pero por los cuales no obtienen un ingreso, pero que con su aporte generan un impacto en la economía (Alvin Toffer, 1980). Por otro lado, también surge interés por los fenómenos de desarrollo comunitario (Moulaert y Nussbaumer, 2005) en dónde se considera a la comunidad como alternativa a la visión individualista que genera el mercado en el ámbito de la organización social.

La Sociedad Civil (SS.CC.) organizada ha ido ganando protagonismo mientras surgen nuevos actores y nuevas esferas de acción. El uso habitual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han generado asimetrías y desigualdades como la conocida brecha digital, frente a este problema se proponen soluciones como la e-

⁵ Término acuñado por el escritor futurista estado unidense, Alvin Toffer, en su libro la tercera ola publicado en 1980.

Inclusión para mejorar el acceso a las TIC de todos los ciudadanos y en especial del colectivo en situación vulnerable. Frente a estos problemas son necesarias iniciativas innovadoras que permitan conocer y manejar estos nuevos escenarios de protagonismo tecnológico. Por otro lado, las nuevas tecnologías ofrecen posibilidades de mejora en las organizaciones a todos los niveles, lo que hace que deba ser adoptada en la medida que redunde en el buen gobierno y en la misión institucional.

Para el Tercer su importancia sector viene dada debido a que la supervivencia de las organizaciones se encuentra ligada a la capacidad innovadora, aunque el sector social aún no tiene una presión apremiante, como en el caso de las empresas de sectores de naturaleza hipercompetitiva; ya existen indicios ante los cuales debe actuar de distinta manera. Por un lado, si se genera una competencia entre entidades del Tercer Sector por captar los escasos fondos públicos surgirán nuevos agentes ofreciendo resolver los problemas sociales de formas alternativas. Ello conlleva dos alternativas: La primera que las organizaciones se unan y colaboren entre sí. Y la segunda alternativa es que se establezca un ambiente de competitividad y hostilidad. Por otro lado, considerando que los donantes tienen cada vez un mayor número de opciones para desarrollar sus inquietudes sociales y solidarias y que los grandes donantes son muy selectivos a la hora de seleccionar con qué entidad del Tercer Sector colaborar. Las organizaciones del Tercer Sector deben tender a ser más asociativas y lo que las diferenciará será la capacidad para movilizar voluntariado y para crear redes sociales que aporten valor añadido y proximidad a lo que realizan, otras optarán por especializarse y de esta forma ser atractiva ante la AA.PP. Finalmente, las entidades del Tercer Sector además de tener la función de servicios, también deben desarrollar un papel reivindicatorio. Incluso denunciando a uno de sus mayores financiadores, el Estado. Para resolver las tensiones que se generarían una organización con orientación hacia la innovación social sabrá dirigir sus esfuerzos hacia la razón de ser de la organización y no en cuestiones internas y estériles (Morales, 2009a).

2 LAS EMPRESAS SOCIALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INSERCIÓN SOCIO-LABORAL

2.1 Génesis y enfoques de la empresa social

La existencia de distintos enfoques para el estudio de las Organizaciones No Lucrativas, aquellas que conforman el llamado “Tercer Sector”, término que se usa para referirse a las entidades que no pertenecen ni a la economía pública (primer sector institucional), ni a la economía capitalista tradicional (segundo sector), ocasionó que el término empresa social fuera visto desde dos tradiciones académicas que conciben de forma diferente al Tercer Sector, limitando el desarrollo del marco teórico de las empresas sociales. El primer enfoque de tradición europea continental está vinculado con emprendedores colectivos y el segundo enfoque de tradición anglosajona (Kerlin, 2006; Quintao, 2007; Hulgard, 2010, Fayolle y Matlay, 2010) está vinculado con emprendedores sociales individuales (Doherty *et al.*, 2006; Defourny y Nyssens, 2008).

El primer enfoque de raíz francófona, denominado de la Economía Social, que prevalece en Europa y concibe el Sector No Lucrativo como parte integrante del Tercer Sector, estudia el origen de las empresas sociales a partir de la fuerte expansión de la Economía Social en Europa debido a dos hechos: en primer lugar a que al terminar la II Guerra Mundial se empezó con la implementación de los Estados de Bienestar y para ello se usaron a estas organizaciones como instrumento de las políticas públicas, en el afán de implementar los nuevos servicios de asistencia y protección social; en segundo lugar, entre los años 60 y 80 del siglo XX surgen tres movimientos para la afirmación de la identidad y renovación de las organizaciones de Economía Social: el primer movimiento surge en Francia y Bélgica y se concreta en el reagrupamiento de las diferentes organizaciones en organizaciones de segundo nivel y de cúpula a través de las federaciones y uniones, un segundo movimiento de creación de cooperativas en su forma tradicional, principalmente cooperativas de trabajo y producción, y un tercer movimiento al que se lo ha denominado de la nueva economía social o empresas sociales, de la que surgen nuevas modalidades cooperativas y nuevas formas jurídicas. (Quintão, 2007).

Especial interés tiene el último movimiento, ya que es la fuente de donde emergieron iniciativas para consolidar lo que hoy llamamos nuevas empresas de economía social o empresas sociales, entidades que se desarrollan en los años 80, en un contexto al que,

además del agravamiento de problemas tradicionales como la pobreza, se suman la aparición de nuevos problemas sociales.

Una de las iniciativas pioneras en Europa de empresas sociales, es el caso de las cooperativas sociales (Pérez de Mendiguren *et al.*, 2009; Defourny y Nyssens, 2012; Priede *et al.*, 2014), que aparecen a finales de la década de 1970 en Italia. Estas tomaron formas semejantes a las cooperativas, pero enfocadas a dar respuesta a necesidades no satisfechas, especialmente en el ámbito de la integración laboral y en el de los servicios personales. Más tarde, éstas consiguen un impulso definitivo cuando el Parlamento Italiano aprueba la Ley 381 del 8 de noviembre del 1991, donde se establecía la forma jurídica específica de “cooperativa social”, acción ineludible ya que la legislación anterior no permitía que las asociaciones desarrollaran actividades económicas (Gutiérrez *et al.*, 2006). El notable desarrollo de las cooperativas sociales sirvió de inspiración para diferentes países, dentro y fuera de Europa.

Por otro lado, se encuentra el enfoque anglófono denominado también de las *Nonprofit Organizations* (NPO), el cual identifica al sector no lucrativo con el Tercer Sector. El surgimiento de las empresas sociales norteamericanas, según Kerlin (2010), tuvo origen dada las necesidades sociales insatisfechas como consecuencia de los recortes en gasto social en el contexto de la crisis fiscal de los años setenta; sin embargo, otros autores no lo atribuyen exclusivamente a esta causa, haciendo notar que las Entidades Sin Ánimo de Lucro ya eran importantes actores económicos en sectores de la sanidad y la educación desde finales del siglo XIX, a pesar de que los subsidios hacia ellas tendieron a declinar desde los años 50 y su expansión no se ha limitado (Gutiérrez *et al.*, 2006).

2.2 Aproximación a la definición de las empresas sociales

Tomando como referencia el trabajo de Vil lajos (2012), en el cual se realiza una revisión de la literatura procedente de académicos y profesionales dedicados al estudio de las empresas sociales, se considera que no existe un consenso para definir a las empresas sociales. Sin embargo, existen algunas definiciones que se repiten por ser las que más se aproximan al concepto o ayudan a delimitar los rasgos más importantes de este fenómeno.

Uno de los aportes más importantes en torno a las empresas sociales es el realizado por la Red EMES⁶, que señala que las empresas sociales tienen sus raíces en la tradición de la economía Social, que ha dado lugar a un modelo de empresa social vinculado a la existencia de emprendedores colectivos (Doherty *et al.*, 2006; Defourny y Nyssens, 2008), que surgen como organización de los ciudadanos buscando respuestas y soluciones a sus necesidades en la provisión de bienes y servicios para la mejora del bienestar de las personas (Díaz-Foncela *et al.*, 2012). Considera a las empresas sociales como un fenómeno organizacional novedoso, que va más allá de la literatura sobre organizaciones cooperativas y ENL, puesto que constituye una realidad que se nutre de otras preexistentes, constituyéndose en un fenómeno en expansión que está transformando la naturaleza de las organizaciones tradicionales (Gutiérrez *et al.*, 2006).

Este enfoque ha demostrado ser empíricamente fértil; ha constituido la base conceptual para muchas investigaciones de EMES en diferentes industrias, como las de servicios personales o desarrollo local (Borzaga y Defourny, 2001) o integración laboral (Nyssens, 2006; Davister *et al.*, 2004), a veces ampliadas a Europa Central y del Este (Borzaga *et al.*, 2008) o países no comunitarios, como Suiza y Canadá (Gardin *et al.*, 2012). El enfoque EMES originalmente presenta una serie de criterios que definen a las empresas sociales en Europa, criterios que son presentados en dos subgrupos: criterios económicos y criterios sociales (Defourny, 2001). Sin embargo, más tarde Defourny y Nyssens (2012) apuntan a que desde un punto de vista comparado con las escuelas de pensamiento de los EEUU, parece más apropiado presentar estos nueve criterios o indicadores en tres subgrupos. Ello permite resaltar formas particulares de gobierno específicas para el tipo ideal de empresa social de EMES, facilitando el reconocimiento de muchas características usuales de la economía social que se han perfilado aquí, con el fin de resaltar nuevas dinámicas empresariales dentro del Tercer Sector (Defourny y Nyssens, 2010). Este enfoque ligeramente reestructurado presenta los siguientes grupos de criterios:

⁶ La Red EMES (*Emergence des Entreprises Sociales en Europe*), es un proyecto de investigación realizado desde 1996 hasta el año 2000 por la red. El acrónimo EMES posteriormente se mantuvo cuando la red decidió convertirse en una asociación científica internacional formal. Para ampliar información se puede visitar su portal web: www.emes.net

Dimensiones económicas y empresariales de las empresas sociales

- a) Una actividad continua que produce bienes y/o vende servicios
- b) Un nivel significativo de riesgo económico
- c) Una mínima cantidad de trabajo remunerado

Dimensiones sociales de las empresas sociales

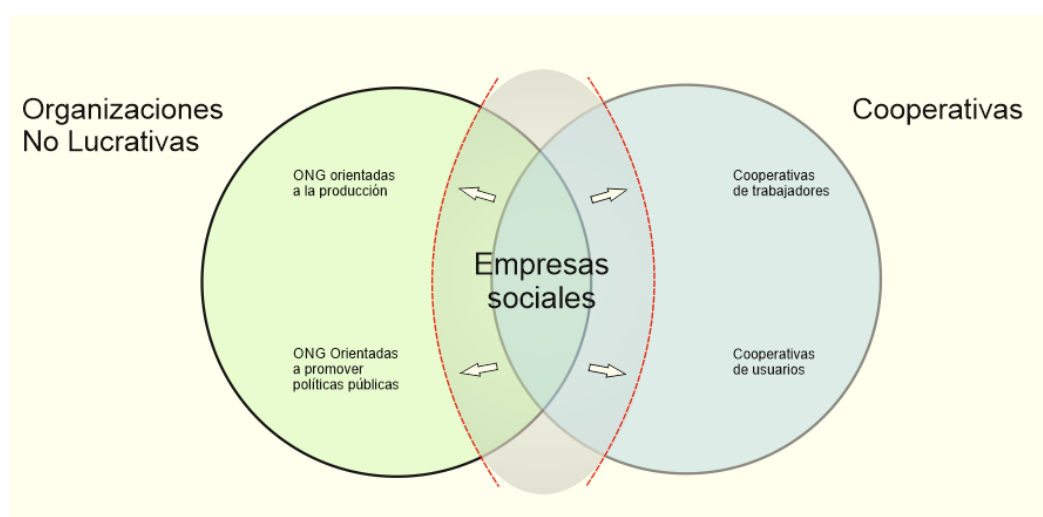
- d) Un objetivo explícito para beneficiar a la comunidad
- e) Una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la SS.CC.
- f) Una distribución de beneficios limitada

Gobierno participativo de las empresas sociales

- g) Un alto grado de autonomía
- h) Una facultad de decisión no basada en la propiedad de capital
- i) Una naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad

Según Defourny (2001), las empresas sociales se sitúan entre la intersección de las organizaciones del Tercer Sector que se acercan al mercado para movilizar nuevos recursos con aquellas de la Economía Social que tratan de responder al interés general, no solo al de sus miembros o socios, tal como se muestra en el Gráfico 2.1.

Gráfico 2.1: Empresas sociales según la concepción europea:



Fuente: elaboración propia a partir de Defourny (2001)

Las empresas sociales de Estados Unidos al igual que las de Europa, han tenido un alto desarrollo, sin embargo, las concepciones acerca de ellas son diferentes. Por ejemplo, Dees (1994), las caracteriza como organizaciones privadas dedicadas a la solución de problemas sociales, al servicio de personas marginadas, a través de la provisión de bienes y servicios que ni las organizaciones públicas, ni las privadas pueden satisfacer. En la misma línea, Young (2001) las define como organizaciones que llevan a cabo proyectos empresariales y actividades comerciales para sostener una agenda social o contribuir al bien común. Según estos autores, la condición para considerarse una empresa social se centra en la existencia de un objetivo social o la creación de valor social por encima del valor económico.

Las empresas sociales norteamericanas surgen de la confluencia entre el Tercer Sector y el sector privado, a diferencia de las empresas sociales europeas, que no son vistas como un fenómeno organizacional diferente a las organizaciones tradicionales, sino simplemente el resultado de la convergencia entre el Tercer sector y el sector privado, tal como se explica en el Gráfico 2.2. Se dejan al margen a aquellas organizaciones que consideran que su misión es incompatible con las empresariales y, por tanto, dependerán exclusivamente de la filantropía.

Gráfico 2.2: Empresas sociales según concepción anglosajona



Fuente: elaboración propia a partir de Gutiérrez, Ezequiel y Trujillo (2006)

Existe diversidad de definiciones de empresas sociales, entre las cuales las más relevantes serían las siguientes.

Vidal y Claver (2003) las define como iniciativas de un grupo de personas que de forma voluntaria, ante una demanda insatisfecha, consecuencia de externalidades negativas que generan una crisis económica o crisis en el estado de bienestar, crean una estructura no lucrativa e intentan desarrollar la actividad para satisfacer la demanda insatisfecha.

Por otro lado, Spear y Bidet (2005) argumentan que las empresas sociales emergen de la economía social como una nueva forma de empresa con objetivos sociales y compitiendo en el mercado.

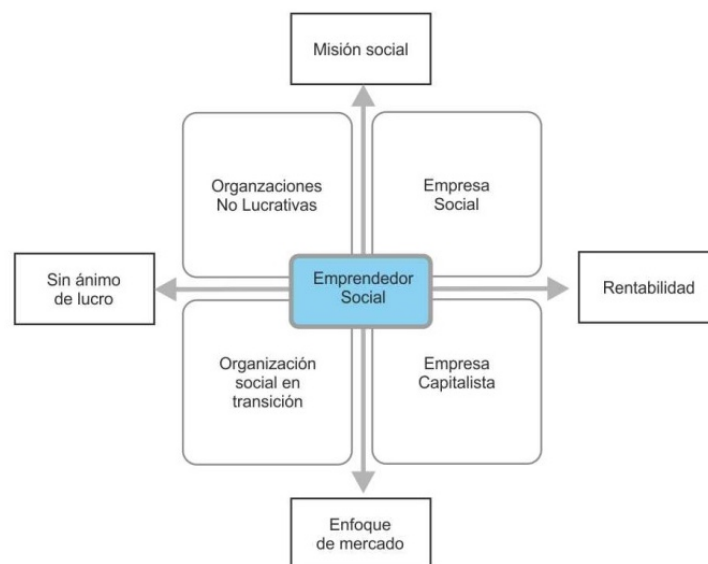
Las diferencias halladas en las distintas definiciones validan lo que se mencionó anteriormente con respecto la existencia de las dos escuelas de pensamiento: el modelo europeo basado en la Economía Social en Cooperativas, mutuas y asociaciones (Villajos, 2012) y el modelo anglosajón que se basa en que las empresas sociales podrán tener la forma de Organización No Lucrativa (ONL). La coexistencia de los dos enfoques ha dificultado que las distintas definiciones lleguen a un acuerdo. Sin embargo, las definiciones aportadas desde los dos enfoques denotan claramente la necesidad de condicionar la lógica económica a una lógica social (Gutiérrez *et al.*, 2006).

Por tanto, una definición ecléctica de empresa social debería ser cercana a la siguiente:

Las empresas sociales surgen como iniciativa voluntaria, de individuos o colectivos de la sociedad civil, que al identificar problemas sociales o medioambientales, plantean y desarrollan soluciones diferentes, que buscan cumplir con una doble misión. Por un lado, generar cambios positivos en las regiones en dónde están emplazadas y, por otro lado, tratan de conseguir su viabilidad económica que garantice su sostenibilidad y permanencia en el tiempo.

Las condiciones sociales, culturales y económicas que se dan en un momento y en un lugar determinado, configuran distintas tipologías de empresas sociales. Por tanto, no existen acuerdos en la literatura al respecto. Sin embargo, conscientes con la importancia que implica poder diferenciar a las empresas sociales de las que no lo son, algunos autores han realizado numerosos análisis de sus características para poder establecer el marco de referencia de las empresas sociales. Entre ellos, Massetti (2008) desarrolla una matriz en la que combina el emprendimiento social, la orientación y los beneficios, tal como se explica en el Gráfico 2.3. El emprendedor social situado en el centro puede movilizarse hacia cualquiera de los siguientes sectores.

Gráfico 2.3 Matriz del emprendimiento social



Fuente: Massetti (2008)

Hacia la empresa capitalista, con un enfoque de mercado y en búsqueda de la rentabilidad financiera que será repartida entre sus propietarios, generará impuestos y servirá para

hacer crecer la organización. Si estas empresas no consiguen generar beneficios, dejarán de funcionar.

La organización social en transición también enfocada a responder las necesidades del mercado, pero sin buscar el beneficio económico. Estas organizaciones son de tipo transitorio, ya que con un enfoque de mercado y sin la viabilidad financiera, se espera que operen por cortos períodos de tiempo. Estas organizaciones financian sus operaciones a través de donaciones públicas y/o privadas y subvenciones o apoyo gubernamental.

Las Organizaciones sin Ánimo de Lucro buscan dar solución a problemas sociales a través de un modelo no lucrativo. Todos los ingresos que puedan conseguir a través de las donaciones, subvenciones y cuotas de los miembros, los dedican a la supervivencia de la organización. Dentro de estas organizaciones se hallan: las fundaciones, las organizaciones benéficas y los museos públicos entre otros.

Y, por último, las empresas sociales que no solo buscan cumplir su misión social, sino que para asegurar su autonomía y supervivencia buscan obtener beneficios. Son las más prometedoras para lograr la transformación económica necesaria.

En los últimos años han emergido gran cantidad de empresas sociales que a través de muchas actividades buscan cumplir su misión social. Díaz-Foncea y Marcuello, (2012), muestran las situaciones más comunes que se presentan en las empresas sociales y presentan la siguiente clasificación que ha sido adaptada de Spear, Cornforth, y Aiken (2009) y se encuentra expresada en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1: Tipología de empresas sociales

Tipos	Origen/ Motivación	Promotores	Actividades	Ejemplos	Casos
Empresas sociales con orientación mutual	Formada para satisfacer las necesidades personales de sus miembros	Grupos de ciudadanos	Actividades de producción y comercio para proveer bienes y servicios (energía, alimentos)	Cooperativas de consumo, Uniones de crédito, Cooperativas de trabajo	La veloz coop, Coop 57
Empresas sociales con orientación externa	Actividades de producción y comercialización para promover su misión principal	<i>Non-Profit Organization</i>	Actividades de producción y comercio para proveer bienes y servicios de tipo social (educación, el comercio justo)	Cooperativas sociales, Asociaciones, fundaciones	Fundación Anudare, Traperos de Emaus
Empresas sociales con orientación a la integración por el trabajo	Proveer empleo temporal/permanente a un grupo de la población	Grupos de ciudadanos y <i>Non-Profit Organizations</i>	Actividades de producción y comercio para proveer empleo temporal/permanente a un grupo de la población	Las empresas sociales para la integración por el trabajo (WISE), Las Cooperativas sociales	Mapiser, Anobim

Fuente: Díaz-Foncela y Marcuello (2012)

2.3 Las empresas de inserción socio-laboral en el contexto español

En España existen diversas circunstancias que dificultan la identificación de las empresas sociales. En primer lugar, el hecho de que no exista una definición universalmente aceptada de lo que es una empresa social. En segundo lugar, el término empresa social no aparece en la legislación española. Y finalmente, la carencia de una forma jurídica específica para designar a estas empresas. Sin embargo, existen estudiosos de este fenómeno que han realizado valiosos aportes en la clasificación de las empresas sociales existentes en el territorio español.

Entre ellos, Vidal (1996), que a partir de un estudio de casos realizado en España, establece que existen dos sectores empresariales de empresas sociales:

Un sector empresarial organizado que acoge al grupo formado por personas con minusvalías físicas, psíquicas, mentales o sensoriales, representadas en seis grandes organizaciones a nivel estatal como:

- a) La Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España (COCEMPE)
- b) La Confederación Española de Federaciones y Asociaciones Pro Personas Deficientes Mentales (FEAPS)

- c) La Organización Nacional de Ciegos (ONCE)
- d) La Federación Española de Asociaciones de Padres y Amigos de los Sordos (FIAPAS)
- e) La Confederación Nacional de Sordos en España (CNSE), y;
- f) La Federación de Asociaciones de Ayuda a la Parálisis Cerebral (ASPACE) y;

El segundo sector conformado por las empresas de Inserción Social, que actúan en el ámbito de los discapacitados sociales, conformado por las siguientes estructuras:

- g) Asociación Red Española de Promoción e Inserción Socio-Laboral (REPRIS)
- h) Asociación Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS)
- i) Asociación Española de Recuperadores de Economía Solidaria (AERESS), que representa a 60 entidades especializadas en la inserción socio-laboral y la gestión de residuos, con presencia en 15 comunidades autónomas⁷ (AERESS, 2015).

En la misma línea, Sanchis y Melián (2010), apuntan que las empresas sociales incluyen distintas figuras como: las Empresas de Inserción, los Centros Especiales de Empleo, las Cooperativas de Trabajo Asociado, las Sociedades Laborales, etc. Todas estas formas se enmarcan dentro de la Economía Social española, de la cual la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) es la máxima entidad representativa del país, desde el año 1992.

Melián y Campos (2010) aseguran que de todas las empresas sociales, las empresas de inserción son la respuesta más clara de la SS.CC. a los problemas de la exclusión socio-laboral.

Monzón y Chaves (2012), en el Manual de la Comisión Europea sobre Economía Social, citan diversos casos, como las empresas de inserción y otras entidades de finalidad social que operan en el mercado y adoptan diversas formas jurídicas, en muchos casos cooperativas y, en otros, sociedades mercantiles o similares. Entidades que de forma general son conocidas como empresas sociales.

⁷ Tomado de la página web de AERESS, <http://www.aeress.org/Quienes-somos/Entidades-socias-> consultada el 6 de enero del 2014)

Villajos (2012), en su investigación menciona la existencia de cuatro formas predominantes de empresa social en España: Los centros especiales de empleo, Los centros ocupacionales, las empresas de la Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE) y las empresas de inserción.

Por otro lado, Alguacil (2012) apunta que las empresas sociales se caracterizan por desarrollar una doble función: prestar servicios sociales y locales, o denominados servicios de proximidad y generar autoempleo y/o inserción. Por tanto, diferencia entre dos grupos de empresas sociales:

- Empresas proveedoras de bienes y servicios para el público vulnerable, como es el caso de acceso a la vivienda, asistencia a mayores, acceso a los cuidados, ayuda a las personas de edad o con discapacidad, inclusión de grupos vulnerables, guardería infantil, acceso al empleo y a la formación, gestión de la dependencia, etc.
- Empresas cuyo modo de producción de los bienes o servicios persigue un objetivo de tipo social (integración social y profesional mediante el acceso al trabajo de personas desfavorecidas, sobre todo por razón de su escasa cualificación o de problemas sociales o profesionales que provocan exclusión y marginación), pudiendo incluir o no, bienes o servicios sociales.

Entonces se corrobora que en los últimos años, el concepto de empresa social, tanto en Europa como en España se ha asociado sistemáticamente a las iniciativas de creación de empleo para personas vulnerables (Defourny y Nyssens, 2012). Aunque las denominadas empresas sociales pueden funcionar en un amplio espectro, porque su fin social puede referirse a ámbitos diferentes, el tipo que predomina en Europa es la empresa social de integración laboral (*Work Integration Social Enterprise -WISE*) (Vidal y Valls, 2003; Spear y Bidet, 2005; Vidal y Claver, 2006; Nyssens, 2006; Defourny y Nyssens, 2006; Johnson y Spear, 2006; Defourny y Nyssens, 2008; Díaz-Foncea y Marcuello, 2012^a; Villajos, 2012).

Por lo tanto, en el contexto español pueden considerarse empresas sociales a las siguientes organizaciones:

- Las empresas de inserción por lo económico
- Los centros especiales de empleo
- Los centros ocupacionales
- Las empresas de la ONCE
- Las cooperativas de trabajo asociado
- Las sociedades laborales
- Otras empresas dedicadas a proveer bienes y servicios para el público vulnerable

Aunque los criterios proporcionados por la Red EMES sirven como herramienta para identificar a empresas sociales, sean nuevas o antiguas organizaciones reestructuradas mediante nuevas dinámicas internas, hay que recalcar que estos indicadores nunca se pensaron para representar el grupo de condiciones que una organización debe cumplir necesariamente para ser calificada como una empresa social. Es decir, no constituyen criterios prescriptivos, sino que describen un “tipo ideal” y pueden ser usados para orientar a los investigadores (Defourny y Nyssens, 2012).

Sin duda uno de los hitos que sirvieron para dar más visibilidad a las EE.II, es su reconocimiento a través de la expedición de un marco que regula su creación y funcionamiento; por lo tanto, es necesario mencionar sucintamente aspectos sobre el marco normativo relacionado con ellas.

En primer lugar, todas las empresas que forman parte de la Economía Social dentro del Estado español están siendo afectadas por políticas y por marcos jurídicos de varios niveles: el nivel local, el autonómico, el nacional y el de la Unión Europea (local, regional, nacional y supranacional).

El camino hacia el reconocimiento institucional de la Economía Social en la Unión Europea comenzó en la década de 1980, y concluyó en 1989 con la Comunicación de la Comisión al Consejo que lleva el título de “Las empresas de la Economía Social y la realización del mercado europeo sin fronteras” en la que se proponía establecer una base jurídica para toda Europa que regule a las cooperativas, asociaciones y mutuas. Además, el Parlamento y el Comité Económico y Social Europeo, realizaron una serie de informes,

propuestas y resoluciones que recalcan el valor social añadido aportado por la Economía Social. Desde entonces se han producido muchos avances en el reconocimiento de la Economía Social en el desarrollo social y económico de Europa. La Unidad de Economía Social de la Dirección General XXIII fue el primer organismo de la AA.PP. que se especializó en Economía Social, unidad que el año 2000 dividieron sus responsabilidades entre dos Direcciones Generales: La DG de Empresa e Industria y la DG de Asuntos Sociales (Monzón y Chaves, 2012).

En el año 1991, de forma pionera en Europa, se aprueba la Ley 381 de 8 de noviembre que establece las *Cooperative Sociali*, que son entidades que procuran el interés general de la comunidad, la promoción de las personas y la inserción social de los ciudadanos. En dicha ley se distinguen dos tipos de cooperativas sociales: las primeras de tipo A se dedican a la prestación de servicios socio sanitarios y de salud y la segunda de tipo B, que se dedican a la integración laboral de personas en situación de vulnerabilidad (Priede *et al.*, 2014). A partir de este ejemplo, varios países europeos empezaron a establecer nuevas formas jurídicas de tipo cooperativo. Así, en Portugal, en 1997 se establecieron las Cooperativas de Solidaridad Social; en Grecia, en 1999, se establecen la Cooperativa Social de Responsabilidad Limitada; y en el año 2001, se establecen en Francia las Sociedades Cooperativas de Interés Colectivo.

Por otro lado, en 1997, en Bélgica se otorga la posibilidad de que ciertas empresas consigan la calificación de “sociedad con un fin social”, una nueva modalidad que permitía que no solo las cooperativas sino cualquier tipo de empresa pueda conseguir esta calificación, siempre que cumplan con requisitos como que los socios no busquen un beneficio patrimonial, determinación de un fin social y la presentación de un informe anual sobre el cumplimiento de los objetivos (Galera y Borzaga, 2009).

A nivel nacional, los esfuerzos legislativos comenzaron con la promoción de las cooperativas que estaban estipuladas en la constitución española de 1978, en su artículo 129⁸. A partir de ello, empieza a desarrollarse la noción de lo que representa la Economía

⁸Constitución Española 1978: Art. 129: La ley establecerá las formas de participación de los interesados en la Seguridad Social y en la actividad de los organismos públicos cuya función afecte directamente a la calidad de la vida o al bienestar general. Los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También

Social. A nivel específico, se promulga la Ley 44/2007, para la regulación del régimen de las empresas de inserción⁹ y culminando con la promulgación de la Ley 5/2011 de Economía Social, lo que supone un punto de inflexión, en el reconocimiento, visibilidad y desarrollo de todo el sector, tanto para el propio Estado español, como para el de la Unión Europea. En el texto de la Ley de Economía Social se persigue establecer un marco jurídico común para el conjunto de las entidades que pertenecen a la Economía Social y explícitamente ratifica que forman parte del conjunto empresarial y diverso las siguientes entidades: las cooperativas, las sociedades laborales, las mutualidades, los centros especiales de Empleo, las empresas de inserción, las cofradías de pescadores, las asociaciones, las sociedades agrarias de transformación y las entidades singulares creadas por normas específicas y que funcionen bajo los principios de la Economía Social. A pesar que en la legislación española no se menciona el concepto de empresa social, sin embargo, se mencionan algunos tipos de organizaciones, entre ellas las empresas de inserción, que siendo parte del sector de la Economía Social, también pueden considerarse empresas sociales.

La Ley 5/2011, de 29 de marzo de Economía Social, constituye un marco jurídico común que regula el funcionamiento de todas las organizaciones que pertenecen al sector de la

establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción.

⁹La Ley 44/2007 para la regulación del régimen de las empresas de inserción, tiene un doble objetivo. El primero regular el régimen jurídico de las empresas de inserción y establecer un marco que promueva la inserción laboral de personas en situación de exclusión social a través de este tipo de empresas. Para alcanzar los objetivos planteados se plantea:

- a) Establecer una regulación propia para las empresas de inserción, que posibilite su desarrollo y consolidación.
- b) Determinar para las empresas de inserción los requisitos necesarios y el procedimiento a seguir, a través de los itinerarios de inserción, para la incorporación al mercado ordinario de las personas en situación de exclusión social.
- c) Establecer un conjunto de medidas para la promoción de la inserción socio-laboral a través de las empresas de inserción y delimitar las situaciones que, en su caso, puedan determinar la adopción de tales medidas.

En segundo lugar, el objetivo del trabajo de estas personas en las empresas de inserción es lograr su integración en el mercado de trabajo ordinario, para lo cual, la empresa de inserción contratante facilitará a sus trabajadores el acceso a la formación y a la orientación a través de las acciones y medidas que se establecen en esta Ley.

Economía Social, respetando la normativa específica aplicada a cada una de ellas, y adicionalmente establece una serie de medidas de fomento para las mismas.

Existe un marco institucional instrumentalizado hacia la Economía Social. El gobierno central a través de la Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas, adscrita al Ministerio de empleo y Seguridad Social, ha encomendado las siguientes funciones relacionadas con la Economía Social, según se detalla en su página web: ¹⁰

- a. La participación en el diseño de las políticas públicas de impulso y promoción en materia de trabajo autónomo y de promoción del espíritu y la cultura emprendedora, así como el diseño, gestión y seguimiento de ayudas al fomento del trabajo autónomo y de sus organizaciones.
- b. La elaboración, promoción y/o informe de los proyectos normativos y de medidas específicas para autónomos y emprendedores.
- c. Las actividades administrativas de calificación, inscripción y certificación de los actos que deban tener acceso al Registro Estatal de asociaciones profesionales de trabajadores autónomos.
- d. La elaboración, promoción o, en su caso, informe de los proyectos normativos estatales en el ámbito de la economía social y la responsabilidad social de las empresas.
- e. El diseño, gestión y seguimiento de programas y ayudas que se concedan a cooperativas, sociedades anónimas laborales y otras entidades de la economía social, así como a sus asociaciones.
- f. Las actividades administrativas de calificación, inscripción y certificación de los actos que deban tener acceso al Registro de Sociedades Cooperativas, al Registro Administrativo de Sociedades Laborales y al Registro de Fundaciones Laborales,

¹⁰<http://www.empleo.gob.es/es/organizacion/empleo/contenido/OM27.htm>, consultada en 01/03/2015

así como el desempeño del protectorado del gobierno sobre las fundaciones laborales.

- g. La promoción de la responsabilidad social de las empresas, en particular de las pequeñas y medianas, así como la realización de cualquier otra actividad que se le encomiende en dicho ámbito de actuación.
- h. El diseño, gestión y seguimiento de programas y ayudas para la difusión y fomento de la responsabilidad social de las empresas.
- i. La coordinación y el apoyo técnico necesario para el funcionamiento de los consejos estatales y de otras formas de participación que puedan implementarse en el ámbito de sus competencias.
- j. El seguimiento de los préstamos concedidos por el extinguido Fondo Nacional de Protección al Trabajo y los que, tras su extinción, se concedieron para el mismo fin con cargo a los Presupuestos Generales del Estado.
- k. El ejercicio de las funciones atribuidas al Estado Miembro por los Reglamentos del Parlamento Europeo y del Consejo relativos al Fondo Social Europeo, al Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización y demás normativa comunitaria aplicable a tales materias.
- l. En relación con lo anterior, la programación, planificación y coordinación de las diversas formas de intervención con las demás unidades de la Administración General del Estado, de las Administraciones Autonómicas y, en su caso, con las Corporaciones Locales que realicen actuaciones en materia de desarrollo de capital humano, así como con los agentes sociales y demás instituciones interesadas, garantizando la aplicación de los principios de complementariedad, cooperación, subsidiariedad y cumplimiento de la normativa nacional y comunitaria aplicable.
- m. La propuesta de las normas sobre subvención de gastos a escala nacional y sobre cualesquier otra materia necesaria para el correcto desarrollo de los instrumentos financieros encomendados.
- n. La programación, gestión, certificación, seguimiento, control y evaluación de las actividades que se financien con cargo a los recursos del Fondo Social Europeo,

del Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización y de cualesquiera otros fondos que le sean encomendados de conformidad con lo dispuesto en los Reglamentos comunitarios, así como la recepción de los pagos de la Comisión y del importe de la prefinanciación y ordenar la realización de los pagos a los organismos intermedios o, en su caso, a los beneficiarios de las ayudas.

- o. La participación en foros y grupos de trabajo, así como la interlocución permanente con las autoridades comunitarias y nacionales y con los agentes sociales en todos aquellos asuntos relativos a los fondos encomendados.
- p. La realización de estudios, estadísticas, informes y trabajos de investigación, así como la coordinación de los sistemas de información y estadísticos que puedan encomendarse y, en particular, los que tengan incidencia en las materias de su competencia

Finalmente, la legislación que de forma específica regula a las empresas de inserción socio-laboral (EI) es la Ley 44/2007, de 13 de diciembre. En este marco se define lo que son las EI y además se establece los requisitos y/o obligaciones que estas deben cumplir:

- Estar promovidas y participadas por una o varias entidades promotoras.
- Encontrarse inscritas en el Registro correspondiente a su forma jurídica, así como en el Registro Administrativo de Empresas de Inserción de la Comunidad Autónoma.
- Mantener en cómputo anual, desde su calificación, un porcentaje de trabajadoras y trabajadores en proceso de inserción, cualquiera que sea la modalidad de contratación, de al menos el 30% durante los primeros tres años de actividad y de al menos el 50% del total de la plantilla a partir del cuarto año, no pudiendo ser el número de personas de inserción inferior a dos
- No realizar actividades económicas distintas a las de su objeto social.
- Contar con los medios necesarios para cumplir con los compromisos derivados de los itinerarios de inserción socio-laboral.
- Aplicar, al menos, el 80% de los resultados o excedentes disponibles obtenidos en cada ejercicio a la mejora o ampliación de sus estructuras productivas y de inserción.

- Presentar anualmente un Balance Social de la actividad de la empresa que incluya la memoria económica y social, el grado de inserción en el mercado laboral ordinario y la composición de la plantilla, la información sobre las tareas de inserción realizadas y las previsiones para el próximo ejercicio.

Por tanto, las empresas de inserción según la Ley 44/2007, además de los trámites regulares para constituir una empresa de inserción, bajo las formas de sociedades mercantiles o sociedades cooperativas, deben obtener la calificación de empresa de inserción, siendo este registro competencia de cada una de las Comunidades Autónomas donde se encuentre su centro de trabajo.

A nivel autonómico, de forma paradójica son las Comunidades Autónomas las que han promovido iniciativas legislativas en la materia, adelantándose al Gobierno central, preocupadas y concienciadas de su necesidad (Pérez, 2014). Entre las Comunidades Autónomas pioneras en desarrollar legislación relativa a las empresas de inserción se pueden citar los casos de Navarra, País Vasco, Cataluña, Madrid y La Rioja. Actualmente, todas las Comunidades Autónomas han promulgado legislación respecto a las empresas de inserción, exceptuándose los casos de las ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. En la Tabla 2.2 se expone la legislación promulgada en cada una de las Comunidades Autónomas españolas.

Tabla 2.2: Leyes relacionadas con empresas de inserción por Comunidades y Ciudades Autónomas españolas

Comunidad / Ciudad Autónoma	Legislación relacionada con empresas de inserción
Andalucía	Decreto 193/2010, de 20 de abril, por el que se regula la calificación y se crea el Registro de Empresas de Inserción en Andalucía.
Aragón	Decreto 37/2006, de 7 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se regulan las Empresas de Inserción Laboral y se aprueba el Programa ARINSER de ayudas económicas para la integración socio-laboral de colectivos en situación o riesgo de exclusión
Asturias	Resolución de 22 de diciembre de 2008, de Registro de Empresas de Inserción de Asturias
Islas Baleares	Decreto Balear 60/2003, de 13 de junio, por el que se regula la calificación de las Iniciativas Empresariales de Inserción y se crea el Registro de Iniciativas Empresariales de Inserción de las Illes Balears
Canarias	Decreto 32/2003 de 10 de marzo, por el que se regula la inserción socio-laboral en empresas de inserción; Ley 1/2007, de 17 de enero. Prestación Canaria de Inserción; Decreto 137/2009, de 20 de octubre, por el que se regula la calificación de empresas de inserción, el procedimiento de acceso a las mismas y el Registro de Empresas de Inserción de Canarias
Cantabria	Decreto 14/2013, de 11 de abril, por el que se crea y regula el Registro de Empresas de Inserción de Cantabria.
Castilla y León	Decreto 34/2007, de 12 de abril, por el que se regula el procedimiento de calificación de las empresas de inserción laboral y se crea su registro administrativo
Cataluña	Ley 27/2002, de 20 de diciembre, de Medidas Legislativas para Regular las Empresas de Inserción Socio-laboral en Cataluña
Comunidad Valenciana	Ley 1/2007, de 5 de febrero, por la que se regulan las empresas de inserción para fomentar la inclusión social en la Comunitat Valenciana; Orden de 29 de diciembre de 1995, que regula los talleres de inserción socio-laboral
Extremadura	Decreto 78/2010, de 18 de marzo, por el que se regula el procedimiento para la calificación de las empresas de inserción laboral y la creación del registro de empresas de inserción de la Comunidad Autónoma De Extremadura
Galicia	DECRETO 156/2007, de 19 de julio, por el que se regula el procedimiento para la calificación de las empresas de inserción laboral, se crea su registro administrativo y se establecen las medidas para el fomento de la inserción socio-laboral

La Rioja	Ley 7/2003, de 26 de marzo, de inserción socio-laboral; - Decreto 2/2006, de 13 de enero, por el que se crea el Registro de Empresas de Inserción Socio-laboral de La Rioja, y se regulan los requisitos para la calificación e inscripción en dicho Registro
Madrid	Decreto 32/2003, de 13 de marzo, por el que se regula la colaboración de las empresas de promoción e inserción laboral de las personas en situación de exclusión social con la Comunidad de Madrid y se establecen las medidas de fomento de su actividad
Navarra	Decreto Foral 130/1999 de 26 abril, por el que se regulan las ayudas económicas para el desarrollo de los programas de incorporación socio-laboral destinados a personas en situación de exclusión social; Decreto Foral 26/2002, de 4 de febrero, por el que se regulan las ayudas económicas para el desarrollo de los programas de incorporación socio-laboral destinados a personas en situación de exclusión social del Gobierno de Navarra
País Vasco	Decreto 182/2008, de 11 de noviembre, por el que se regula la calificación de empresas de inserción, se establece el procedimiento de acceso a las mismas y su registro de Euskadi; Decreto 305/2000 de 26 de diciembre, por el que se regula la calificación de las Empresas de Inserción
Murcia	Orden de 20 de junio de 2007, por la que se aprueban las bases reguladoras de los programas de subvenciones para el fomento de las empresas de inserción en Murcia
Ceuta	N/D
Melilla	N/D

Fuente: elaboración propia

2.4 Las corrientes: europea y latinoamericana de la Economía solidaria

A partir del año 1980, el concepto de Economía Solidaria empieza a desarrollarse desde dos corrientes distintas. La primera con epicentro en Francia y de la mano de autores como el sociólogo francés Jean Louis Laville (Sajardo y Chaves, 2006, p.19; Monzón, 2006, p.96; Monzón y Chaves, 2012, p.34) y la segunda corriente en Latinoamérica de la mano del filósofo chileno Luis Razeto en 1984 (Pérez de Mendiguren *et al.*, 2009, p.15; Razeto, 1993, p.3). En los años siguientes, el uso del término se fue generalizando de

forma paulatina, tanto en simposiums, conferencias y también por redes internacionales¹¹ (Pérez de Mendiguren, Etxezarreta y Guridi, 2009, pág 17).

Consecuentemente, el término Economía Solidaria puede considerarse de uso relativamente reciente. Esta brevedad ha limitado el análisis desde el punto de vista de la conceptualización teórica. Y aunque existen diversas propuestas de definirla, actualmente no existe una que sea universalmente aceptada. Entre los aportes de algunos autores podemos citar las siguientes.

Para Jean- Louis Laville son organizaciones de la “nueva economía social”, que surgen en respuesta a la crisis del modelo de desarrollo basado en la sinergia mercado-Estado. Intentan aportar respuestas ante el desempleo estructural, las necesidades que no son satisfechas por el mercado ni por el sector público. Reciben nuevos nombres: servicios de proximidad, cooperativas sociales, empresas sociales y de inserción, corporaciones de desarrollo económico comunitario, etc.

En la carta de principios de la economía Solidaria, el Foro Brasileiro de Economía Solidaria (2010), precisa que “La economía solidaria resurge hoy como rescate de la lucha histórica de los trabajadores, como defensa contra la explotación del trabajo humano y como alternativa al modo capitalista de organizar las relaciones sociales de los seres humanos entre sí y de estos con la naturaleza.”

La Secretaría Nacional de Economía Solidaria de Brasil (SENAES) en su folleto divulgativo la define como “... una forma diferente de producir, vender, comprar e intercambiar lo que es necesario para vivir. Sin explotar a nadie, sin querer llevar ventaja, sin destruir el medioambiente. Cooperando, fortaleciendo el grupo, sin patrón ni empleado, cada uno pensando en el bien de todos y no en su propio bien”

Para Singer (2003), “...es un modo de producción y distribución alternativo al capitalismo, creado y recreado periódicamente por los que se encuentran o temen quedar marginados del mercado de trabajo.

Para el Argentino José Luis Coraggio, se debe interpretar en clave de economía del trabajo, orientada hacia la reproducción ampliada de la vida de todos los trabajadores, lo

¹¹ Particularmente, las redes RIPESS (Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria: www.ripest.net), RILESS (Red de Investigadores Latinoamericanos de Economía Social y Solidaria: www.riless.org) y ALOE (Alianza para una Economía Responsable, Plural y Solidaria <http://aloe.socioeco.org>).

que admitiría la inclusión de diversas formas: cooperativas, redes solidarias, grupos de ayuda mutua, asociaciones sindicales, barriales, micro-emprendimientos en red o sin red, etc. (Guerra, 2010).

Algunos autores coinciden al indicar que el concepto de Economía Solidaria se desarrolló a partir del concepto de Economía Social, que nace del tronco común de la Economía Social (Pérez de Mendiguren *et al.*, 2009; Monzón y Chaves, 2012). En la misma línea, Sajardo y Chaves (2006) señalan que entre Economía Social y Economía Solidaria varios autores han planteado tanto notables convergencias como discrepancias y que la Economía Solidaria sería una forma específica y limitada de la Economía Social (Salinas *et al.*, 2007). En consecuencia, desde ese enfoque se puede considerar que todas las organizaciones que forman parte de la Economía Solidaria también forman parte inequívoca de la Economía Social.

Entre las discrepancias mencionadas, sin duda, cabe la forma que adoptan algunos emprendimientos del Sector de la Economía Solidaria, que además de estar conformada por las formas tradicionales de la Economía Social, como cooperativas, mutualidades, fondos de empleados y otras formas organizativas de propiedad de los trabajadores, también incluyen formas y experiencias comunitarias como sistemas de trueque y moneda social, los bancos éticos, el comercio justo, el consumo ético responsable, formas que no son mencionadas en la clásica Economía Social (Guerra, 2010).

La Economía Solidaria surge como un intento de repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes, para conseguir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, la cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. La Economía Solidaria coloca a las personas y a su trabajo en el centro del sistema económico y restringe el papel del mercado a mero instrumento para conseguir el bienestar de las personas (Pérez de Mendiguren *et al.*, 2009).

Para Razeto (1998) además de situar el factor trabajo por encima del factor capital, menciona que existe otro elemento sustancial de la Economía Solidaria. Se trata de lo que él denomina el “Factor C”, que se deriva de las palabras compañerismo, comunidad, cooperación, colaboración, comunión, coordinación, coraje y otras que significan unidad de trabajo.

En la misma línea, Marcos Arruda (2005, p.1) asevera que “La Economía Solidaria considera al género humano, en tanto que individuos, pero también en tanto que seres sociales, no sólo como creadores y productores de riqueza económica, sino también como co-propietarios de la riqueza material, co-usuarios de los recursos naturales y co-responsables de la conservación de la naturaleza. El sistema dominante lleva a la concentración de la riqueza en unas pocas manos y a la privación de derechos para la mayoría. La Economía Solidaria lucha por producir y repartir suficiente riqueza material para todos de manera que sea posible generar condiciones sostenibles de desarrollo autogestionado para todas y cada una de personas, de las sociedades y del propio planeta”.

La economía Solidaria en Europa nace con una importante dimensión política que retoma el proyecto originario del cooperativismo, que sus pensadores creen ha sido olvidado por una parte de la Economía Social institucionalizada en las vías de banalización y adaptada a las formas económicas dominantes (Bastidas-Delgado y Richer, 2001). Surge para tratar de resolver problemas como el desempleo estructural, las necesidades insatisfechas por el mercado y el sector público. Agrupan a diversos actores sociales, entre ellos: promotores, asalariados, usuarios voluntarios mientras las entidades tradicionales de la Economía Social (Cooperativas y Mutualidades) reúnen a miembros más homogéneos como agricultores, consumidores y trabajadores (Da Ros, 2007; Bastidas-Delgado y Richer, 2001).

Según Laville (1998), el concepto de economía solidaria se ha desarrollado para designar las organizaciones de la “nueva economía social”, que surgen en respuesta a la crisis del modelo de desarrollo basado en la sinergia Estado-mercado, que implicaba la separación y jerarquización de las economías (Da Ros, 2007; Bastidas-Delgado y Richer, 2001)

Desde el enfoque europeo de la Economía Solidaria, se considera que la economía tiene un carácter plural (Monzón, 2006), que no puede reducirse únicamente a lo mercantil y monetario. La Economía Solidaria constituye una tentativa de articulación de los tres polos (el mercado, el Estado y un polo de reciprocidad) que se corresponden a los principios de mercado, de redistribución y de reciprocidad (Polanyi, 1983, citado en Monzón 2006:).

Para Laville y Eme (2004), las organizaciones de la Economía Solidaria tienen dos características fundamentales: “la hibridación de los recursos” y “la construcción conjunta de la oferta y la demanda”. La hibridación de los recursos combina recursos

provenientes de diversas fuentes como las donaciones y voluntariado (principio de reciprocidad), financiación pública (principio de redistribución) y venta de bienes y servicios (principio de mercado). Por un lado, la hibridación hace que los servicios de proximidad sean más sustentables, además demuestra la existencia de un equilibrio entre los diferentes actores y, sobre todo, las nuevas relaciones entre SS.CC. y Estado. Por otro lado, “la construcción conjunta de la oferta y la demanda” son las asociaciones de la economía Solidaria las que definen los servicios que prestarán en función de las necesidades reales de los socios-usuarios, lograda mediante la participación democrática de todos sus miembros en la orientación y control de la organización (Da Ros, 2007).

Da Ros (2007) sitúa el nacimiento de la corriente latinoamericana de la Economía Solidaria en Chile, motivada por una serie de situaciones favorables que tuvieron lugar a partir de los años setenta del siglo pasado. Tales situaciones fueron:

- La existencia de una amplia y sólida tradición cooperativista que tomaba como base los valiosos aportes filosóficos, doctrinarios e ideológicos del cooperativismo europeo.
- La existencia de una cultura asociativa y de participación democrática.
- La necesidad de amplios sectores populares, tanto urbanos como rurales, para hacer frente al desempleo creciente y a la pobreza mediante la conformación de organizaciones populares informales.
- El cooperativismo de inspiración europea, en todo el continente, no aportaba ninguna solución para una gran masa de desposeídos. No fue capaz de generar sectores económicos y sociales fundamentados en auténticas empresas autogestionarias, participadas, en donde la ayuda mutua y la solidaridad sea el motor de la comunidad. Es decir, ya había perdido su propuesta originaria de crear un nuevo orden social, su concepción de carácter y su vitalidad original.

Más tarde, la economía Solidaria se expande a otros países latinoamericanos en un escenario caracterizado por graves trastornos en las estructuras sociales y económicas. Como consecuencia de políticas neoliberales impuestas por organismos internacionales de crédito, desaparecen las comunidades ancestrales y sus tradicionales bases productivas sin que se generaran fuentes alternativas de trabajo, se abre paso a nuevas propuestas como la de Economía Solidaria, como fundamento para una redefinición de desarrollo a

través de un nuevo modelo empresarial popular (Da Ros, 2007). Sin duda, el crecimiento de este sector en Latinoamérica es debido a la intensa movilización económica de los sectores populares que como estrategia para combatir el desempleo y la pobreza han tomado iniciativas basadas en la unión de esfuerzos y la ayuda mutua (Guerra, 2010)

La visión Latinoamericana mira a la Economía Solidaria como una fuerza de transformación social, que incluye un proyecto de sociedad alternativa a la mundialización neoliberal (Boulianne, 2003). Desde esta perspectiva se considera a la Economía Solidaria un proyecto global alternativo al capitalismo, en tanto que los planteamientos europeos consideran que la Economía Solidaria es compatible con el mercado y el Estado (Monzón, 2006,). Es decir, la característica fundamental de la corriente latinoamericana es su posición más radical y por llevar un discurso marcadamente más político que su similar de Europa.

Junto al discurso de la Economía Solidaria surge también el de Economía Popular, especialmente en Latinoamérica, en donde el conjunto de emprendimientos populares de carácter asociativo ha adoptado diferentes conceptos, entre ellos: Economía Solidaria (Razeto, Singer), Economía Popular Solidaria (Gaiger, Tiriba) o Socio-economía de la Solidaridad. Por tanto, es muy común en ciertos ambientes confundir las nociones de Economía Solidaria y Economía Popular.

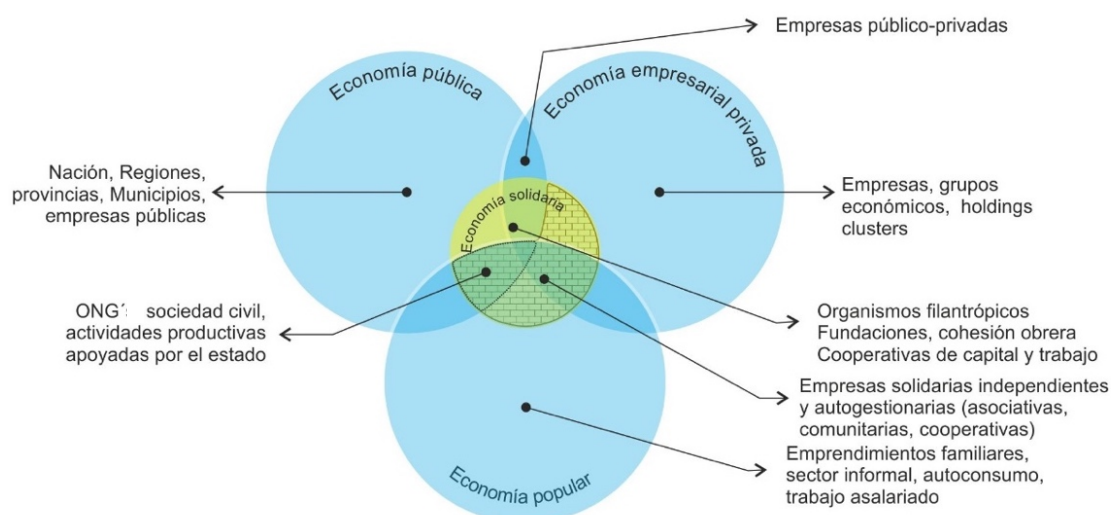
Para entender el alcance de los términos Economía Popular y Economía Solidaria es necesario atender a la explicación de Coraggio, Arancibia y Deux (2010), quienes sostienen que las economías latinoamericanas son economías mixtas. Una economía mixta sería: “El conjunto de recursos, capacidades e instituciones con que cuenta la sociedad para organizar, a través de actividades más o menos interrelacionadas o más o menos segmentadas, el proceso de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo, realizado en y desde un territorio determinado, articulando diversas formas de organización: pública estatal o empresarial, privada empresarial, y popular, así como sus posibles formas combinadas, a fin de resolver, de manera más o menos justa, la provisión de medios materiales para la atención de las necesidades y deseos de sus miembros” (Coraggio *et al.*, 2010, p.10).

2.4.1 La economía popular y solidaria en Ecuador

El sector de la Economía Popular y Solidaria de Ecuador está integrado por el sector financiero, que incluye a las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC), Cajas y Bancos Comunales y por el sector no financiero que incluye los sectores comunitario, asociativo, cooperativo, a las unidades económicas populares y a sus organismos de integración. En su interior se han desarrollado formas de emprendimientos muy variados, asociados o no y que practican o no valores de solidaridad, pero que tienen en común ser muy intensivos en factor trabajo, generalmente compuesto por trabajo propio o familiar (Andino, 2013).

El enfoque de Coraggio, describe al sistema económico ecuatoriano como una economía mixta: conformada por los sectores de la economía: pública, empresarial privada y popular, dentro de las cuales coexiste una parte de la economía solidaria que se rige interna y externamente por relaciones de cooperación, intercambio, financiamiento y consumo solidario. A partir de ello, podemos establecer, que las empresas sociales o solidarias que son objeto de análisis, pertenecen al sector no financiero de la economía empresarial privada y de economía popular que hacen intersección con la parte de la economía solidaria, como se ilustra en el Gráfico 2.4

Gráfico 2.4: El sistema económico ecuatoriano



Fuente: elaboración propia a partir de Coraggio (2010).

En la actualidad no existe un mapeo exhaustivo que sirva para cuantificar el número exacto de organizaciones solidarias del sector no financiero en el país. A partir de información aportada por el Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador (MESSE) sobre las organizaciones y personas que hasta el año 2009 se han articulado con el MESSE, se puede establecer que existen más de dos mil quinientas, de las cuales, a través de una muestra, se puede inferir que el 84% está relacionada con la producción, transformación, comercialización e intercambio solidario de alimentos (Andino, 2013). Sin embargo, no se mencionan cuántas de estas iniciativas productivas tienen como finalidad la inserción socio-laboral de personas vulnerables.

Las iniciativas económicas solidarias en Ecuador no son iniciativas individuales, sino que surgen del sector cooperativo, asociativo, comunitario, de fundaciones y de ONG. Así mismo, es muy notorio que la solidaridad se encuentra más arraigada en las regiones rurales que las urbanas, con énfasis en la soberanía alimentaria y orientada al consumo agroecológico.

En Ecuador, no se usa la denominación de empresa social o empresa solidaria, ni tampoco la de empresa de inserción. Por tanto, en este análisis se han incluido entidades pertenecientes al sector de la denominada Economía Solidaria, que se dedican a la inclusión socio laboral de personas en situación o peligro de exclusión a través de una

etapa de acompañamiento en la que se procura que las personas puedan acceder al mercado laboral ordinario o hacia el autoempleo.

En el Ecuador existen iniciativas relacionadas con la inserción socio-laboral que son más visibles, ya sea porque han sido mencionadas por medios de comunicación o por organismos públicos o privados que tienen la misión de supervisar o fomentar la economía solidaria en el país. Se hallan las que constan en la Tabla 2.3.

Tabla 2.3: Iniciativas económicas solidarias más visibles en el Ecuador

Nombre	Actividad	Misión	Tipo de empresa	Promotor	Lugar
Imprenta Braille	Impresión de Braille	Inclusión laboral y facilitar acceso a información de ciegos	Impulsada por ENL	Federación Nacional de Ciegos de Ecuador	Riobamba
Panadería el Tulipán	Panificadora	Inclusión laboral y capacitación	Impulsada por ENL	Fundación Fine	Quito
ASOPROAC	Apoyo a emprendimientos Apícolas y acopio y venta de elaborados	Generación de autoempleo	Empresa asociativa	Asociación de productores Apícolas de Cotacachi	Cotacachi
ADISJOB Asociación de Discapacitados del Jobo	Productos elaborados de maní (cacahuete)	Inclusión laboral discapacitados	Empresa asociativa	Apoyo del programa USAID	Manabí
Camari	Tienda solidaria / Comercio justo de exportación.	Apoyo a pequeños productores	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito
Agroimportadora FEPP	Importadora de insumos, semillas, herramientas	suministro para organizaciones campesina	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito
Info FEPP	Servicios informáticos	Acceso a la informática de sectores populares	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito
Yura FEPP	Planes de manejo de recursos, estudios de impacto ambiental	Sostenibilidad ambiental	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito
Impre FEPP	Edición, publicación e impresión de materiales, educativos, técnicos y comerciales	Apoyo a emprendimiento solidarios	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito
Escuela de Formación Empresarial	Escuela de Formación Empresarial “Monseñor Cándido Rada	Profesionalizar a campesinos, indígenas y afroecuatorianos	Empresa apoyada por ENL	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Quito

Cooperativa textil Punto Ecuador	Cooperativa de Producción Textil Punto Ecuador	Inclusión laboral desempleadas por empresa cerrada	Empresa cooperativa Trabajo asociado	Creada con apoyo del IEPS	Quito
Cooperativa de Producción textil CONPE	Producción textil (materia prima reciclada)	Inclusión laboral de mujeres	Empresa cooperativa	N/D	Quito
Asociación de productores agroforestales los laureles	Elaboración de escobas y cepillos	Inclusión laboral de mujeres	Empresa asociativa	N/D	Méndez
Centro ocupacional de discapacitados "La Victoria"	Artesanías	Inclusión laboral de discapacitados	Empresa asociativa	N/D	Pujilí
Tropitagua (Asociación de Artesanos en Miniaturistas en Tagua)	Artesanías	Inclusión laboral	Empresa asociativa	N/D	Manabí
Fundación construyamos un sueño	producción de artesanías con materiales reciclados	inclusión social personas con discapacidad	Empresa apoyada por ENL	N/D	Latacunga
Empresa comunitaria TOLON PELE	Turismo Comunitario	Fuente de ingresos sustentables para la comunidad	Empresa comunitaria	N/D	Sto. Domingo
APPOS	Alimentos procesados cacao/ Chocolate	Apoyo a pequeños productores	Empresa asociativa	N/D	Méndez
Asociación de mujeres formando un futuro	Servicios de limpieza	Inclusión laboral	Empresa asociativa	N/D	Quito
Asociación artesanal "Nueva Aurora"	Procesamiento de frutas	Inclusión laboral mujeres	Asociación artesanal	N/D	Sto. Domingo
Tankay	Apoyo a la producción de productos exportables	mejorar los ingresos de productores	Empresa asociativa	N/D	Quito
Cooperativa de Producción Agropecuaria El Salinerito	Agricultura, elaborados lácteos	Fuente de ingresos para la comunidad	Empresa cooperativa	Empresa del Grupo Salinas	Salinas
Fábrica de Confites el Salinerito	Alimentos procesados: chocolate y mermeladas	Fuente de ingresos para la comunidad	Empresa asociativa	Empresa del Grupo Salinas	Salinas
Hilandería Inter comunal Salinas	Producción textil con materiales locales (lana oveja, llama, alpaca)	Fuente de ingresos para la comunidad	Empresa comunitaria	Empresa del Grupo Salinas	Salinas

Hotel el Refugio	Servicios de hospedaje para turistas	Fuente de ingresos para la comunidad	Empresa comunitaria	Empresa del Grupo Salinas	Salinas
FUNORSAL	Elaborados cárnicos	Fuente de ingresos para la comunidad	Empresa comunitaria	Empresa del Grupo Salinas	Salinas

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 El entorno ecuatoriano relacionado con las empresas sociales-solidarias

Aunque en la última década en toda Latinoamérica, existe una creciente presencia de prácticas y discursos relacionados con la economía social, solidaria y economía popular, entre otras, el reconocimiento de la Economía social y solidaria empieza solamente cuando se promulga la constitución de 2008, que en su artículo 283 manifiesta: “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

Con tal reconocimiento, se logra que el Estado asuma una política activa de desarrollo de la Economía Popular y Solidaria. Plantea que uno de los principales objetivos del nuevo régimen de desarrollo es la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. Por un lado, el artículo refleja el interés del Estado con respecto a la economía popular y solidaria, y por otro, el ánimo de aglutinar a los actores y organizaciones que intervienen en el mismo, que previamente estaban dispersos (Lanas, 2014).

Otro hito en el desarrollo de la Economía Popular y Solidaria ecuatoriana constituye la aprobación de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sistema Financiero Popular y Solidario, el 28 de abril del 2011, llegando a constituirse como una de las primeras legislaciones desarrolladas específicamente en el área de la economía popular y solidaria, solo unos días después que la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social de España.

3 PRINCIPALES ENFOQUES TEÓRICOS EN EL ESTUDIO DEL ENTREPRENEURSHIP

Veciana, (1999), en su artículo: Creación de empresas como programa de investigación científica, presenta la evolución histórica del estudio de la creación de empresas y distingüendo cuatro etapas:

La primera etapa puede identificarse con la aparición de la obra de Cantillon en 1755, en donde los autores trataron de definir, por cierto, sin éxito, cuál es la función que desempeña el empresario en el proceso económico, llamada la función empresarial.

Una segunda etapa tuvo lugar a partir de los años 1920, donde los autores influenciados por Max Weber se centraron en los estudios históricos de empresas, empresarios y la función empresarial.

Una tercera etapa que comienza en 1949, con el estudio de las pequeñas y medianas empresas y con el estudio del empresario y la creación de empresas.

Por último, una cuarta etapa o etapa actual que (Veciana, 1999) denomina de consolidación y explotación, tiene sus inicios en el año 1979 a partir de la publicación del informe de Birch, *“The Job Generation Process”* en el que ponía de manifiesto que el 50% de los nuevos puestos de trabajo en Estados Unidos fueron creados por nuevas empresas. Ello capturó la atención de los políticos y reveló la importancia que tiene el fomento de la creación de empresas. A partir de estos hechos la investigación científica en esta área recibe un notable impulso y también el rigor científico de las mismas.

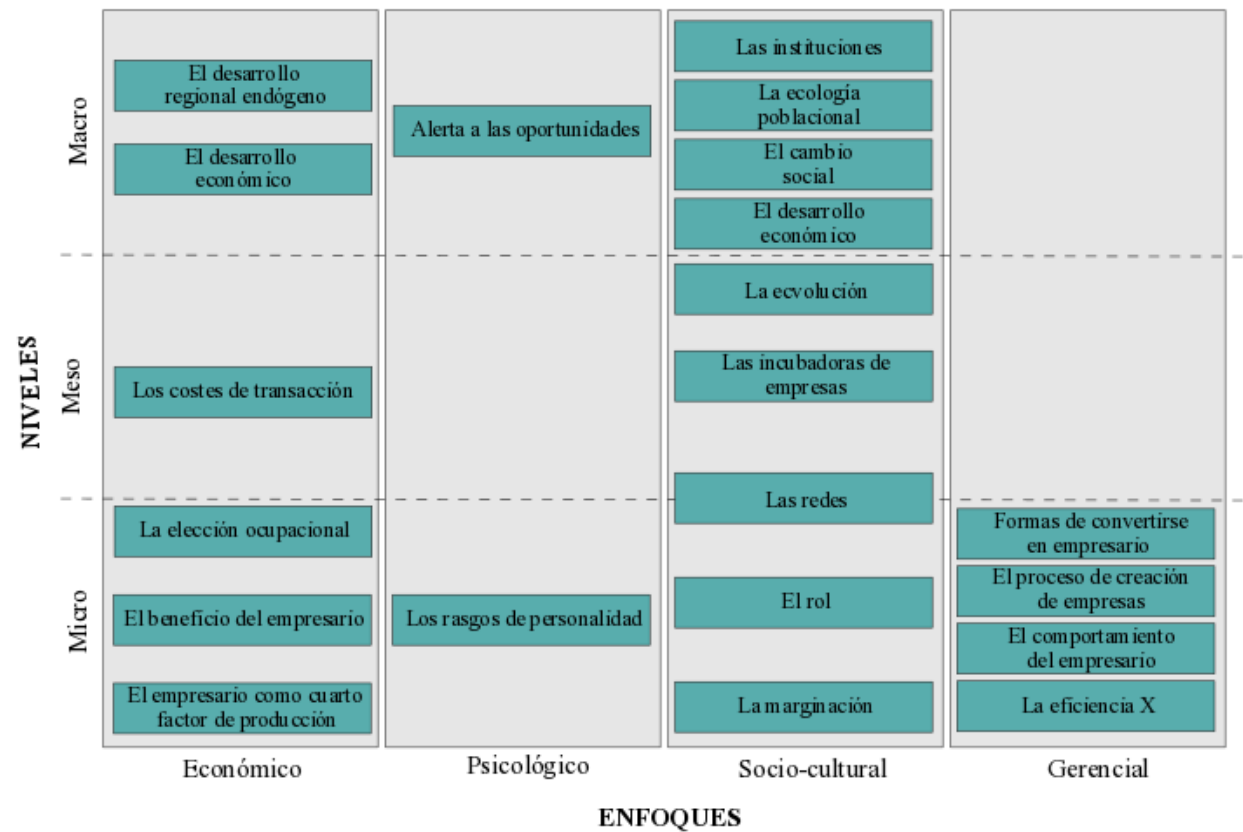
El fenómeno de la creación de empresas ha sido estudiado desde varios enfoques, lo que supone una falta de consenso en una teoría general. Veciana (2007), refiriéndose al campo de estudio de la creación de empresas manifiesta que no existe una sola teoría de la función empresarial y la creación de empresas, sino muchas propuestas. Por tanto, es necesario un estudio que incluya los diversos enfoques que representan las distintas aproximaciones teóricas.

Por otra parte, Gartner (1985) señala cuatro enfoques que inciden en la creación de empresas: 1) Los individuos implicados; 2) las actividades emprendidas por los individuos durante la creación de empresas; 3) el entorno que rodea la empresa y; 4) la estructura organizativa y estratégica de la nueva empresa. Por otro lado, Ginn (1993)

asegura que la creación de empresas puede analizarse desde cuatro enfoques: 1) enfoque de la personalidad empresarial, que describe el papel del empresario tradicional y de sus rasgos y características personales; 2) el enfoque de desarrollo personal; 3) el enfoque de gestión y orientación estratégica, y; 4) el enfoque sectorial que se basa en el análisis de sectores industriales y del impacto de factores externos.

Por otro lado, en la clasificación realizada por Veciana (1999) a partir de las aproximaciones teóricas económicas más relevantes o difundidas, identifica la existencia de diferentes enfoques sobre la creación de empresas: el económico, el psicológico, el sociocultural y el gerencial, Enfoques que pueden ser encasillados en diferentes niveles de análisis: micro o nivel individual, meso o nivel de empresa y macro o nivel global de la economía, esta distinción ha sido reconocida por los investigadores más conocidos el estudio de la creación de empresas (Ripollés y Menguzzato, 2003). En el Gráfico 3.1 se ilustra esta propuesta de clasificación.

Gráfico 3.1: Enfoques teóricos sobre el estudio de la creación de empresas



Fuente: Elaboración propia a partir de Veciana (1998)

3.1 La función empresarial desde un enfoque económico.

Las diversas aproximaciones mencionadas desde este enfoque buscan aportar respuestas respecto a cuál es la función empresarial y qué incentiva a la creación de empresas en base a la racionalidad económica.

Desde un nivel micro o individual, existen tres propuestas importantes; la primera es la del empresario como cuarto factor de producción, una segunda que analiza los beneficios que el empresario recibe por su función y la tercera trata sobre la elección ocupacional que tienen las personas.

La primera propuesta teórica que pretende explicar la función del empresario en el proceso económico, es decir, quién es el empresario y qué hace, considera a la función del empresario como cuarto factor de producción, distinto a los tres factores ya conocidos: la tierra, el trabajo y el capital. Para este enfoque, las funciones del empresario consisten en: a) decidir sobre el producto a producir; b) determinar y adquirir los medios de

producción; c) decidir sobre la combinación óptima de los factores; d) dirigir todo el proceso de producción y comercialización; y e) asumir el riesgo inherente a dicho proceso. Autores como Say (1840), Mill (1848) y (Marshall, 1890) asignan relevancia a la organización de los negocios. La retribución por la función de coordinación entre los factores productivos en sectores como la agricultura, la industria y el comercio estaba constituido por el beneficio¹².

Una segunda aproximación recibe aportes de Cantillon (1755), Knight (1921) y Weber (1921) quienes para entender la función empresarial proponen explicar el beneficio del empresario a partir de la incertidumbre y el riesgo. Conciben que el empresario asume el riesgo de organizar la actividad económica y de adquirir los medios de producción a cambio de la esperanza de adquirir un beneficio al final del proceso productivo¹³ (Alonso y Galve, 2008). Para Mangold (1855), el beneficio del empresario, constituye una renta residual que está integrada por: una prima de riesgo, el salario del empresario y la renta del empresario derivada de la escasez de personas con capacidad empresarial.

Finalmente, la propuesta teórica que pretende explicar a través de la elección ocupacional por qué ciertas personas se convierten en empresarios. Kihlson y Laffont (1979), se apoya en las reflexiones de Knight, que propone que en el grado que las personas tengan más o menos aversión al riesgo elegirán convertirse en empresarios. Parte de la hipótesis que todas las personas tienen la misma aptitud de convertirse de trabajador con sueldo a empresario y viceversa. Es decir, dado un salario, las personas podrán elegir entre trabajar por un salario fijo sin riesgo o crear su propia empresa bajo riesgo y beneficio incierto, existiendo una posición de equilibrio entre los mercados de trabajo y de productos, en donde las personas con más aversión al riesgo serán inducidas a trabajar por un sueldo fijo (Veciana, 1999).

A un nivel meso o empresarial, una propuesta teórica trata de explicar la creación de nuevas empresas a partir de los costes de transacción, concepto que fue introducido por Ronald Coase (1937), en su muy conocido artículo: “*The Nature of the Firm*”. En dónde se promulga que los costes de transacción son el equivalente económico a la fricción en

¹²Para profundizar en el tema se sugiere revisar Zareategui (2002), Tarapuez y Botero (2007).

¹³ Para profundizar en el tema se sugiere revisar Tarapuez, Zapata y Agreda (2008).

los sistemas físicos (Williamson, 1981). Desde esta propuesta se pretende explicar la creación de nuevas empresas a partir de que los costes de transacción determinan la estructura de gobierno más adecuada, sea: a) la creación de su propia empresa (fórmula jerárquica), b) la venta de la nueva idea o proyecto empresarial (opción del mercado) o incluso; c) fórmulas híbridas (redes o alianzas). Adicionalmente condicionan el grado de integración vertical de la nueva empresa¹⁴.

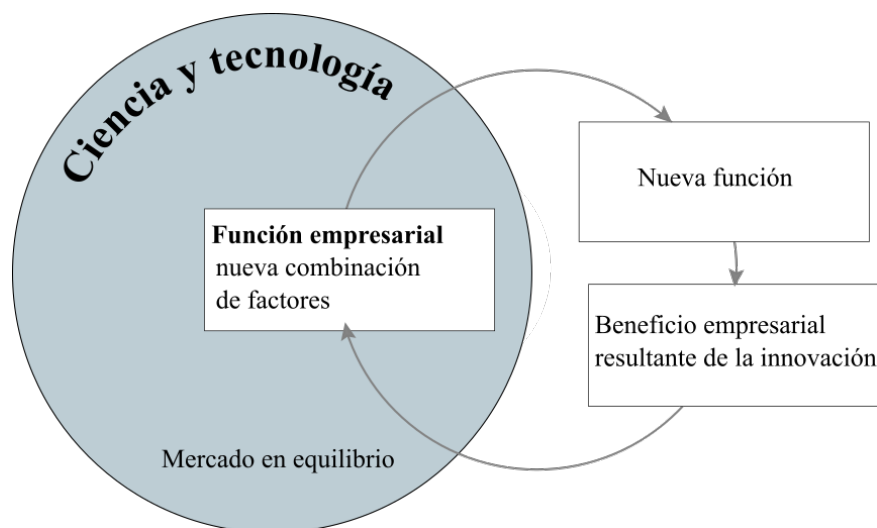
A nivel macro o global de la Economía existen dos aproximaciones teóricas que buscan explicar la creación de empresas desde un enfoque de racionalidad económico: la basa en el desarrollo económico y una basada en el desarrollo regional endógeno.

La primera aproximación viene de la mano de una de las contribuciones más significativas de Schumpeter es su obra “Teoría del desarrollo Económico” publicada en 1912. Para desarrollarla, realizó una combinación de las ideas de Marx, Walras, del historiador y sociólogo Max Weber y también de sus predecesores austríacos Karl Menger, Wieser y su maestro Böhm- Bawerk. De Marx tomó la opinión que los procesos económicos son orgánicos y que el cambio surge desde el interior. De Walras tomó la noción de empresario, pero sustituyó la figura pasiva del sistema de equilibrio general a una figura activa del proceso económico, y con ello introdujo dos conceptos que han tomado importancia en el desarrollo del tema: la innovación como causa del desarrollo y el empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación (Montoya, 2004). Para Schumpeter, el proceso de producción es una combinación de fuerzas productivas que se componen de fuerzas materiales e inmateriales. Las fuerzas materiales a su vez se componen de los denominados factores originales de la producción (trabajo, tierra, capital) y las fuerzas inmateriales las componen los hechos técnicos y los hechos de organización social. Las dos fuerzas, materiales e inmateriales, condicionan la naturaleza y el nivel de desarrollo económico. Schumpeter hace una clara diferenciación entre “crecimiento económico” y “desenvolvimiento o desarrollo económico”. Atribuye el primero a un aumento de los medios de producción producidos y al aumento de la población que provee la fuerza de trabajo necesaria para el proceso productivo, proceso que se torna lento, y que no genera transformaciones socio-culturales importantes, solo implica una alteración de los datos y, por tanto, su impacto en la sociedad es cuantitativo

¹⁴Para profundizar sobre el tema se sugiere revisar Coase (1937) y Arambula y Gómez (1993).

y no cualitativo. Por otra parte, califica al desarrollo económico como un proceso dinámico, determinado por la tecnología y las fuerzas socio-culturales no estático que transforma de forma cualitativa a la sociedad y a la economía. Entonces, la fuerza fundamental que mueve la producción capitalista y al sistema como a un todo es el fenómeno tecnológico y con él, el proceso de innovación tecnológica. Veciana (1999) explica el modelo Schumpeteriano de la creación de empresas partiendo de que la creación de empresas depende del comportamiento del empresario, que hace una nueva combinación de factores. Ello supone una nueva función de producción y las oportunidades para “nuevas combinaciones” son el resultado del cambio tecnológico, tal como se representa en el Gráfico 3.2.

Gráfico 3.2: La función empresarial



Fuente: elaboración propia a partir de Veciana (1999)

Una segunda aproximación para entender el fenómeno de la creación de empresas desde un nivel macro es la denominada del desarrollo regional endógeno, definida como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización plena de los recursos propios de cada región, conduce a elevar el bienestar de esa población o región. Si dicha comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural se puede hablar de un proceso de desarrollo regional endógeno (Vázquez, 2000). Cada localidad tiene un conjunto de características o rasgos que le dan una configuración específica, entre ellos: una estructura productiva, un mercado de trabajo, la capacidad empresarial, una capacidad tecnológica, una dotación de recursos naturales, un sistema social-político. Es decir, las comunidades y territorios tienen un conjunto de recursos, económicos,

humanos, institucionales, y culturales que no han sido explotados, y que constituyen un potencial para su crecimiento. Para Veciana (1999), desde esta propuesta el concepto de efecto derrame (*spillover effect*) es esencial, ya que parte de la hipótesis de que toda inversión produce un efecto difusor externo a la empresa que la realiza, mejorando la productividad de la empresa, dentro de una industria y de una determinada región, repercutiendo en el crecimiento endógeno. El efecto derrame del aprendizaje y la experiencia provienen de los diferentes tipos de inversión, en capital físico, en I+D y en capital humano¹⁵.

3.2 La función empresarial o *entrepreneurship* desde un enfoque Psicológico

Desde este enfoque se trata de explicar el porqué de la existencia de individuos que deciden crear empresas. Como en el enfoque anterior, este análisis no es exhaustivo, sino que solamente se menciona los más relevantes. Este análisis es abordado desde un el nivel micro y el nivel macro.

Desde el nivel micro se analizan los rasgos de personalidad, tratando de responder a la pregunta ¿cómo es el emprendedor?, y se basa en dos supuestos: 1) la persona que decide crear una nueva empresa tiene un perfil psicológico distinto del resto de la población y; 2) los empresarios de éxito tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios con menos éxito (Veciana, 2007). Aunque la atención de los investigadores en este campo haya disminuido, es necesario indicar que el desarrollo de esta teoría es muy útil al momento de evaluar proyectos empresariales en los que las características del empresario, junto al producto o servicio y al sector industrial, son determinantes para conseguir la aprobación.

Muchos autores aportan rasgos de personalidad característicos que consideran imprescindibles en la decisión de la creación de empresas. Christensen (1994) realiza una revisión histórica de los principales atributos que se inicia con Stuart Mill en 1848 y finaliza con Winslow y Solomon en 1987, tal como se puede apreciar en la Tabla 3.1. cada autor otorga una característica fundamental que define al emprendedor.

¹⁵ Para profundizar sobre el tema se sugiere revisar Vázquez (2007).

Tabla 3.1: Principales características personales del emprendedor

Autor	Atributo
Stuart Mill (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Davids (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza.
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelgerg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sociopático

Fuente: Christensen (1994)

Veciana (1989), manifiesta que existen números estudios empíricos que afirman que los principales rasgos psicológicos y motivaciones del emprendedor son los siguientes:

- Necesidad de independencia.
- Motivación de logro, energía personal y desarrollo de iniciativa.
- Control interno.
- Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos.
- Persona insatisfecha o “marginada”.
- Intuición, visión de futuro, obsesión y hombres de acción.
- Tolerancia a la ambigüedad.

Pero sobre todo, la evidencia empírica ha confirmado la importancia de cuatro rasgos característicos que distinguen a los empresarios: deseo por la independencia, necesidad de logro, el locus de control interno y la tolerancia a la ambigüedad.

El deseo por la independencia, motiva al emprendedor y la función empresarial requiere independencia. Desde el inicio de la actividad emprendedora, se toma la responsabilidad

de aprovechar una oportunidad. Los emprendedores son responsables de los resultados, de lograr o no el éxito. Como ejemplo, Hisrich (1985), mediante entrevistas a emprendedoras, encontró que una de las motivaciones principales para la creación de la empresa era el deseo de independencia.

McClelland (1961), afirma que los individuos que tienen un alto contenido en necesidad de logro tienen mayor propensión que los que tienen bajo contenido en necesidad de logro para participar en actividades con un alto grado de responsabilidad individual y asumen un grado moderado de riesgo. También argumenta que los roles empresariales se caracterizan por tener un mayor grado de responsabilidad individual y riesgo; por tanto, las personas con alta necesidad de logro son más propensas a tomar puestos de trabajo empresariales. Por otro lado, Collins, Locke y Hanges (2000), a través de un estudio de meta-análisis, ha probado que la necesidad de logro está directamente relacionada con la creación de una empresa.

Otro rasgo que caracteriza al emprendedor es el locus de control, que es la emoción de una persona de que con sus acciones o características personales puede influir en los resultados. Quienes tienen locus de control interno creen que los eventos ocurren como efecto de sus propias acciones y, por otra parte, quienes tienen locus de control externo creen que los eventos ocurren por azar y los resultados están fuera de su control (Rotter, 1966). Por tanto, los individuos con un locus de control interno pueden ser propensos a realizar emprendimientos porque desean posiciones en las que sus acciones tienen un impacto directo en los resultados.

Por último, Schere (1982), argumenta que la tolerancia a la ambigüedad es un rasgo característico de los emprendedores, dado que los desafíos y las posibilidades de éxito asociados a la creación de empresas son por naturaleza impredecible. Los emprendedores enfrentan continuamente más incertidumbre en su entorno cotidiano, que un gestor de una empresa establecida. En este sentido, Begley y Boyd (1987), encontraron que los fundadores de la firma puntuaron significativamente más alto en la tolerancia a la ambigüedad de lo que puntuaron los administradores, que se definen como no fundadores de la organización o empresa.

Otra propuesta teórica que desde un nivel macro se dedica al estudio del *entrepreneurship* es la planteada por Kirzner. Propuesta que sostiene que a diferencia del papel que le otorga la economía ortodoxa al empresario como maximizador de beneficios, el

empresario es aquél que está alerta a las oportunidades de negocio que no han sido identificadas por otros; es decir, es el individuo con la habilidad para identificar las oportunidades de beneficio ocultas en el mercado. El empresario oportunista de Kirzner toma decisiones basándose en juicios intuitivos, orienta sus esfuerzos y moviliza los recursos necesarios para la explotación de esos nuevos nichos de mercado. Y precisamente la explotación de oportunidades se origina debido a que el mercado se encuentra en desequilibrio, y la función del empresario es llevarlo hacia un estado de equilibrio (Veciana, 1999)¹⁶.

3.3 El estudio de la función empresarial desde el enfoque socio cultural

Las propuestas teóricas desde este enfoque buscan explicar la creación de empresas a partir del entorno o de los factores externos a los que se encuentra expuesto el emprendedor en un momento y lugar determinado.

Existen tres enfoques teóricos que desde el nivel micro son los más conocidos: el enfoque de marginación, el enfoque del rol y el enfoque de redes.

El primer enfoque teórico se basa en los resultados de algunas investigaciones, en donde se señala que la decisión de crear una empresa no es consecuencia de un acto deliberado o racional, sino que la decisión es motivada por la ruptura de un estilo de vida previo. Desde esa perspectiva, a la ruptura Collins (1964) la denomina deterioro del rol y Shapero (1971) como suceso disparador. Entonces esta propuesta teórica explica que la existencia de factores negativos y críticos puede incentivar la creación de una nueva empresa, y quienes tienen mayor propensión a convertirse en empresarios son los individuos marginados o inadaptados, que pertenecen a algún grupo minoritario étnico, religioso, de inmigrantes o desempleados (Brozen, 1954; Young, 1971; Stanworth y Curran, 1973; Veciana, 1999). Posteriormente, autores como Min (1984), Yeung y Tung (1996) y Ostgaard y Birley (1996). Brunet y Alarcón (2004) sostienen que para convertirse en empresario son necesarias dos condiciones:

- Un periodo de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo.
- Un suceso disparador que desencadene el proceso de constitución de una empresa, sin responder a la necesidad de obtener un beneficio sino más bien a un factor

¹⁶Para Ampliar la información revisar (Valencia de Lara y Platán, 2011)

crítico considerado negativo. Este tipo de sucesos podrían ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo o situaciones de rechazo de ideas (Tervo, 2006).

Un segundo enfoque teórico es la que intenta explicar porque existen zonas geográficas con alto nivel de creación de empresas, mientras en otras el nivel es muy escaso. La respuesta que desde este enfoque se aporta, apunta a que la existencia de hechos que hagan ver verosímil la posibilidad de crear una empresa será un factor que influirá enormemente en la creación de una empresa (Veciana, 1999). Como ejemplo de ello, en las zonas geográficas en dónde existe un tejido empresarial importante se produce un efecto de arrastre que incentiva la creación de nuevas empresas¹⁷ (Nueno, 1996). Otro hecho que apoya este enfoque es que se ha comprobado que en entornos familiares donde existen “roles” de empresario cercano, la probabilidad de surjan nuevos empresarios en ese entorno es muy elevada.

El tercer enfoque teórico, el de redes, lo hace a niveles micro y meso. A nivel micro, promulga que la idea de que “el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores, proporcionan múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es facilitar al emprendedor la creación de la empresa, y en base a que los empresarios se mueven en un entorno dinámico donde se está en continua interacción con otros individuos” (Brunet y Alarcón, 2004, p31). La importancia de la existencia de redes según Ollé y Planellas (2003), radica en que el creador de empresas no necesita solamente competir, necesita cooperar con otros construyendo de esta forma una red de relaciones que le proporcione los recursos necesarios para su constitución, de tal forma que las redes pueden considerarse un “intangible estratégico” para lograr con éxito la creación de una nueva empresa.

Veciana (1999) distingue tres formas de relaciones de red, que a su vez dependiendo de la frecuencia y reciprocidad, pueden situarse en niveles fuertes y débiles:

- Intercambio de información entre varias personas.
- Intercambio de bienes y servicios.

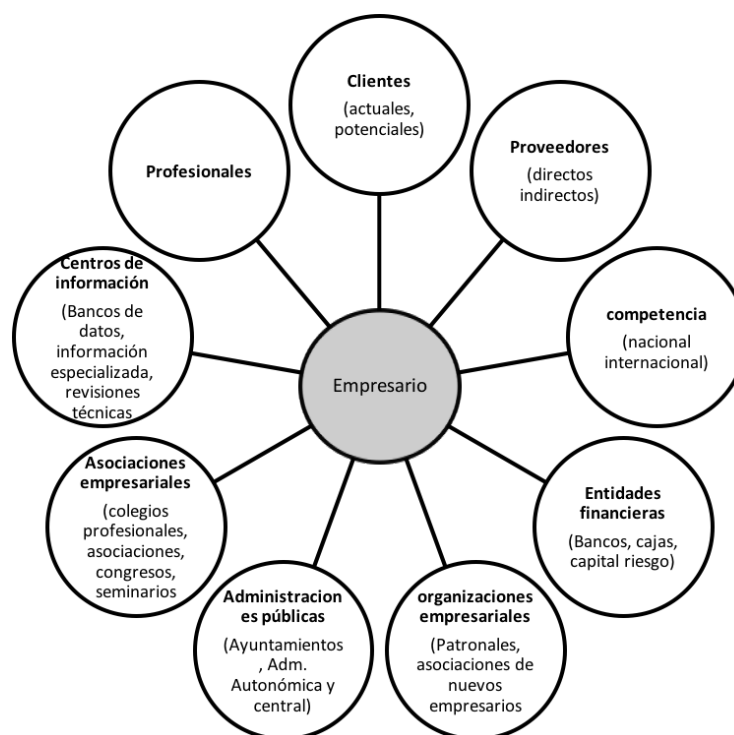
¹⁷ Entre ellos los casos de Silicon Valley y la ruta 128 en EE.UU; y, los *microcluster* industriales en Cataluña y del norte de Italia.

- Intercambio de contenidos normativos o de las expectativas que las personas puedan tener ante otras debido a ciertas características o atributos.

También otros autores como Birley (1985) distinguen entre redes formales (bancos, profesionales, cámaras de comercio) e informales (familia, amigos, compañeros de trabajo), recalcando que generalmente son las informales las que más influyen. En cambio, Szarka (1990) diferencia entre: redes de intercambio (constituidas por empresas y organizaciones con las que el empresario tiene relaciones comerciales); redes de comunicación (constituidas por los individuos y las organizaciones con las que el empresario no mantiene vínculos comerciales, pero le informan de aspectos del negocio); y redes sociales (constituidas por familia y amigos).

A pesar de las diferencias entre los autores, todos coinciden en que crear una empresa, implica crear una red con distintos agentes: bancos, proveedores, competencia, clientes, profesionales, Administraciones Públicas, etc., tal como se representa en el gráfico 3.3. Por tanto, como asegura Veciana (1999), el establecimiento o mantenimiento de una red de relaciones es algo inherente a la función empresarial, aunque afirma que es importante para el éxito empresarial, no sería correcto infravalorar aspectos como la idea o proyecto empresarial; por tanto, la creación de redes no es un factor único que garantiza el éxito en la creación de una empresa.

Gráfico 3.3: Las redes en la creación de una empresa



Fuente: elaboración propia a partir de Ollé y Planellas (2003)

Manteniendo el enfoque socio cultural, pero a un nivel superior, existen tres tipos de factores que son los que han sido abordados. La presencia de redes, del desarrollo de incubadoras de empresas y de la evolución tecnológica.

En primer lugar, la conformación de redes a nivel meso o empresarial, tiene el mismo objetivo que a nivel micro; lo que la distingue es que la creación de redes a este nivel es considerada como una forma de gobierno intermedia o híbrida y son abordadas desde áreas específicas como la de la estrategia de la empresa o desde el campo de la economía de costes de transacción (Veciana, 1999).

En segundo lugar, desde esta misma perspectiva, también se pretende explicar el fenómeno de la creación de empresas a partir del desarrollo de las incubadoras de empresas o viveros de empresas que surgen como un mecanismo que aporta soluciones frente a los altos niveles de fracaso que presentan las empresas recién creadas. Supone que el rol de las incubadoras va más allá de ofrecer un espacio físico y asistencia a las nuevas empresas, también posibilita la obtención de una red de contactos que garantice

en cierto grado un flujo permanente de clientes y proveedores; acompaña a estas empresas hasta que han obtenido destrezas y habilidades necesarias para sobrevivir en el mercado (Gómez, 2002). Desde este enfoque, no solamente se puede establecer el número de nuevas empresas en una determinada zona, sino la naturaleza de las mismas; la evidencia empírica sostiene la existencia de una conexión entre las organizaciones empresariales, en las que ha estado trabajando el emprendedor con anterioridad, y la nueva empresa, argumentando que aquéllas sirven como incubadoras del nuevo proyecto empresarial, dado que es donde el emprendedor, en un gran número de ocasiones, descubre la oportunidad de negocio y madura su idea hasta materializarla en una empresa (Aldrich y Wiedenmayer, 1993; Reynolds, 1997; Westhead y Wright, 1998; Veciana, 1999). Estas empresas, que son incubadas, en otras organizaciones son denominadas *Spin-offs* (Veciana, 1999). Por otro lado, Cooper (1973) y Johnson y Cathcart (1979), han puesto de manifiesto que las organizaciones incubadoras de menor tamaño producían mayor cantidad de nuevos empresarios que las grandes empresas (Veciana 1999)¹⁸.

En tercer lugar, otra propuesta teórica, que corresponde a este enfoque es la llamada evolucionista, que parte del trabajo “*An Evolutionary Theory of Economic Change*” de los llamados evolucionistas Nelson y Winter (1982). A partir de la identificación de factores su propuesta teórica resalta el papel de los efectos del cambio tecnológico en el crecimiento económico, lo que ha hecho que se autodenominen neo-schumpeterianos. El objetivo del enfoque evolucionista es explicar el desarrollo y cambio en la economía. Es decir, “el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores, proporcionan múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es facilitar al emprendedor la creación de la empresa, y en base a que los empresarios se mueven en un entorno dinámico donde se está en continua interacción con otros individuos” (Nelson y Winter ,1982 p.98). La idea central de esta teoría radica en que las organizaciones se sienten mejor en condiciones estables que en condiciones de grandes cambios y, por tanto, son más aptas para realizar cambios graduales que (Veciana, 1999). Bajo esta teoría se sostiene que las organizaciones funcionan sobre lo que ellos denominan rutinas organizativas, que hacen referencia a los comportamientos cotidianos y predecibles al interior de la empresa.

¹⁸ Para ampliar información revisar Gómez, (2002)

Bajo el mismo enfoque, pero desde un nivel macro o a un nivel global de la economía, existen cuatro aproximaciones teóricas que analizan los factores relacionados con la creación de empresas: El enfoque del desarrollo económico, el del cambio social, el de la ecología poblacional y el institucional.

El primer enfoque está basado en el desarrollo económico que Max Weber en su obra “la Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo”, en 1905, dio inicio al análisis del fenómeno de la función empresarial desde el punto de vista de los factores socio-culturales (Veciana, 1999). Según el sociólogo y economista alemán, el comportamiento del empresario capitalista estaba condicionado por sus creencias religiosas; ello explicaría porque la actividad empresarial se desarrollará en áreas de mayor predominio de la ética protestante. Siendo los factores que afectan el desarrollo de la actividad empresarial los siguientes:

- El concepto de vocación del hombre, que la responsabilidad primordial de una persona es cumplir el cometido que Dios le hubiera asignado, de la mejor forma posible.
- La noción calvinista de predestinación.
- El ascetismo que persigue el trabajo duro, el ahorro y condena el consumo exagerado.

El segundo enfoque dedicado al estudio de la función empresarial se basa en que el cambio social, el que propone que las características sociales afectan al emprendimiento. Bajo esta proposición, el grado de movilidad tanto social como geográfica, así como la de las vías de movilidad dentro del contexto social son factores que condicionan la creación de empresas (Veciana, 1999). Dentro de este enfoque se diferencia dos líneas de pensamiento, la primera sostiene que un alto grado de movilidad social afecta positivamente al espíritu empresarial (Bruton, 1960; Hoselitz, 1960; Marris, 1969; McClelland, 1961); y una segunda línea que afirma que lo que favorece al espíritu empresarial es “un bloqueo social relativo”, es decir, cuando las vías de movilidad están bloqueadas; y que a través de la actividad empresarial es probable conseguir ese cambio social positivo o de ascender socialmente (Hagen, 1962). En la misma línea, Marris y Somerset (1971) señalan que para algunas personas no es posible encontrar recompensas sociales en ocupaciones clásicas, de manera que para ellos una salida será el emprendimiento.

El tercer enfoque fue desarrollado por Hannan y Freeman (1977), quienes publicaron sus ideas bajo el título *Ecología de la Población de las Organizaciones*. Esta propuesta pone en relieve el rol que tiene el entorno en la determinación y supervivencia de las organizaciones. La tesis parte del supuesto de que las organizaciones desarrollan inercias estructurales causadas por factores internos o externos, que les dificulta desarrollar cambios radicales. Dada mayor presión inercial existirá menor flexibilidad adaptativa, aumentando la probabilidad que el entorno se imponga (Garcilazo, 2011). Para Veciana (1999), uno de los objetivos de este enfoque es determinar cuáles son los factores del entorno que afectan a la tasa de nueva creación de empresas a largo plazo. Entonces a través de este enfoque es posible estudiar los factores del entorno que condicionan la creación de empresas: la tasa de creación de nuevas organizaciones, la tasa de mortalidad y la tasa de cambio de las organizaciones¹⁹. Los supuestos básicos de esta propuesta son los siguientes:

- Las formas de organización existentes no tienen la capacidad de adaptarse a un entorno cambiante debido a su inercia interna.
- Los cambios del entorno generan nuevas formas de organizaciones y con ello nuevas empresas.
- Los cambios en las poblaciones de organizaciones se deben a los procesos demográficos de creación y disolución de las organizaciones.

El cuarto enfoque es el institucional, considerado como el más adecuado para explicar la creación de empresas a partir de los factores externos (Dias et al., 2005; Alvarez y Urbano, 2012). Este enfoque ha cobrado importancia en los últimos años y parte de la base que las instituciones constituyen “las reglas del juego” establecidas que influyen positiva o negativamente en el desarrollo económico y por consiguiente en la creación de nuevas empresas (North, 1990)²⁰.

3.4 Enfoque Gerencial en el estudio de la creación de empresas

Desde este enfoque, a diferencia de los enfoques anteriores no está orientado a explicar las causas y factores de la creación de empresas, sino que busca revisar las

¹⁹ Para ampliar información se sugiere revisar a (Garcilazo, 2011)

²⁰ En el siguiente capítulo se desarrolla una explicación más detallada acerca de esta teoría

aproximaciones en áreas de la economía y la dirección de empresas que aportan conocimientos útiles para crear conocimiento y crear modelos prácticos. Es decir se centra en generar conocimientos sobre las características de la organización y su organización, situándose en la fase posterior a la creación de empresas (Alonso y Galve, 2008).

Entre las propuestas teóricas que le corresponden a este enfoque se pueden mencionar cuatro enfoques que corresponden a un nivel individual: La propuesta de la eficiencia-X, la del comportamiento del empresario, la de los modelos del proceso de la creación de empresas y de las formas de convertirse en empresario.

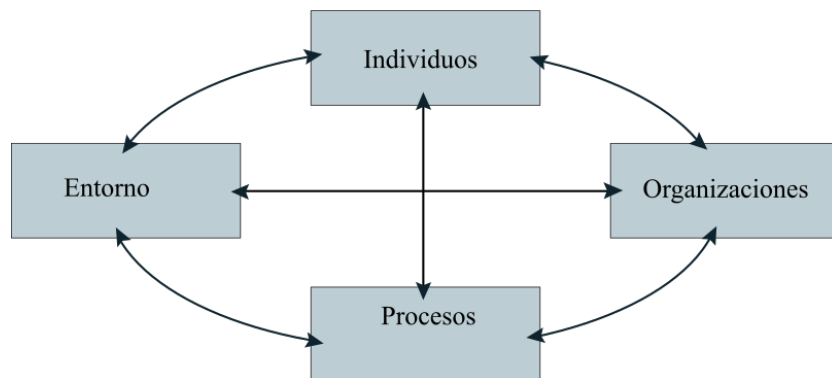
La primera propuesta, la desarrolló Harvey Leibenstein, quien introdujo por primera vez el concepto de eficiencia-X en su artículo *Allocative efficiency vs. X-efficiency* en 1966. Su propuesta teórica concibe la ineficiencia-X como el grado de ineficiencia en el uso de los recursos al interior de una empresa. Ello se debe a factores como el carácter incompleto que tienen los contratos, al no precisar detalladamente las tareas que cada uno debe realizar. Otra fuente surge de la presión psicológica a la que se exponen los distintos agentes económicos y el peso de los hábitos, inercias y rutinas que hacen que los resultados de muchas tareas puedan mejorar, es decir, sean ineficientes (Huerta de Soto, 2010). Considerando que en el mercado existen todos los *inputs* necesarios para la producción, sus precios son conocidos, todos los *outputs* pueden ser vendidos y se conocen sus precios. Si existe una función de producción concreta que relacione *inputs* con *outputs*, esta función indicaría si es o no conveniente crear una empresa para entrar en el mercado. Sin embargo, Leibstein sabe que en la práctica no existe una relación directa entre *inputs* y *outputs*, y eso se debe a tres causas: a) los contratos de trabajo son incompletos, b) la función de producción no está completamente definida, y; c) los factores de producción no están completamente disponibles en el mercado. Son estas circunstancias las que otorgan al empresario la función crítica e inequívoca y también las que explican las diferencias existentes a nivel de resultados entre las empresas (Brunet y Alarcón, 2004). En ese sentido, el empresario para crear una nueva empresa necesita la capacidad de completar todos los *inputs*, para luego combinarlos y obtener un producto o servicio vendible. Por ello, los atributos específicos del empresario son completar lo que no existe en el mercado. Y por ende cumple a la vez cuatro tareas: a) conectar diversos mercados, b) suplir las deficiencias de mercado, c) completar inputs y d) crear y hacer crecer entidades transformadoras de inputs (Veciana, 1999).

La segunda aproximación teórica se basa en el comportamiento del empresario, pero precisando que al referirnos al comportamiento, aludimos a aptitudes o habilidades que se pueden aprender dentro de la función directiva. Cosa diferente sucede cuando desde el enfoque psicológico hablamos de rasgos que constituyen parte de la personalidad del empresario y éstos, si no son imposibles son muy difíciles de cambiar. Veciana (1999), a través de la revisión de diferentes investigaciones empíricas ha identificado comportamientos del empresario dentro de la función directiva como:

- Capacidad de buscar y recoger información
- Capacidad de identificar oportunidades
- Habilidad para manejar riesgos
- Capacidad para establecer relaciones
- Capacidad para tomar decisiones en la incertidumbre
- Capacidad de liderazgo
- Capacidad de aprender de la experiencia

La tercera aproximación teórica, aporta con la generación de distintos modelos que describen la creación de empresas. Entre ellos Gartner (1985), en su artículo “*A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*”, sostiene que la idea de la creación de una nueva empresa es el resultado de combinar cuatro variables, tal como se ilustra en el Gráfico 3.4: entorno, individuo, proceso y la organización.

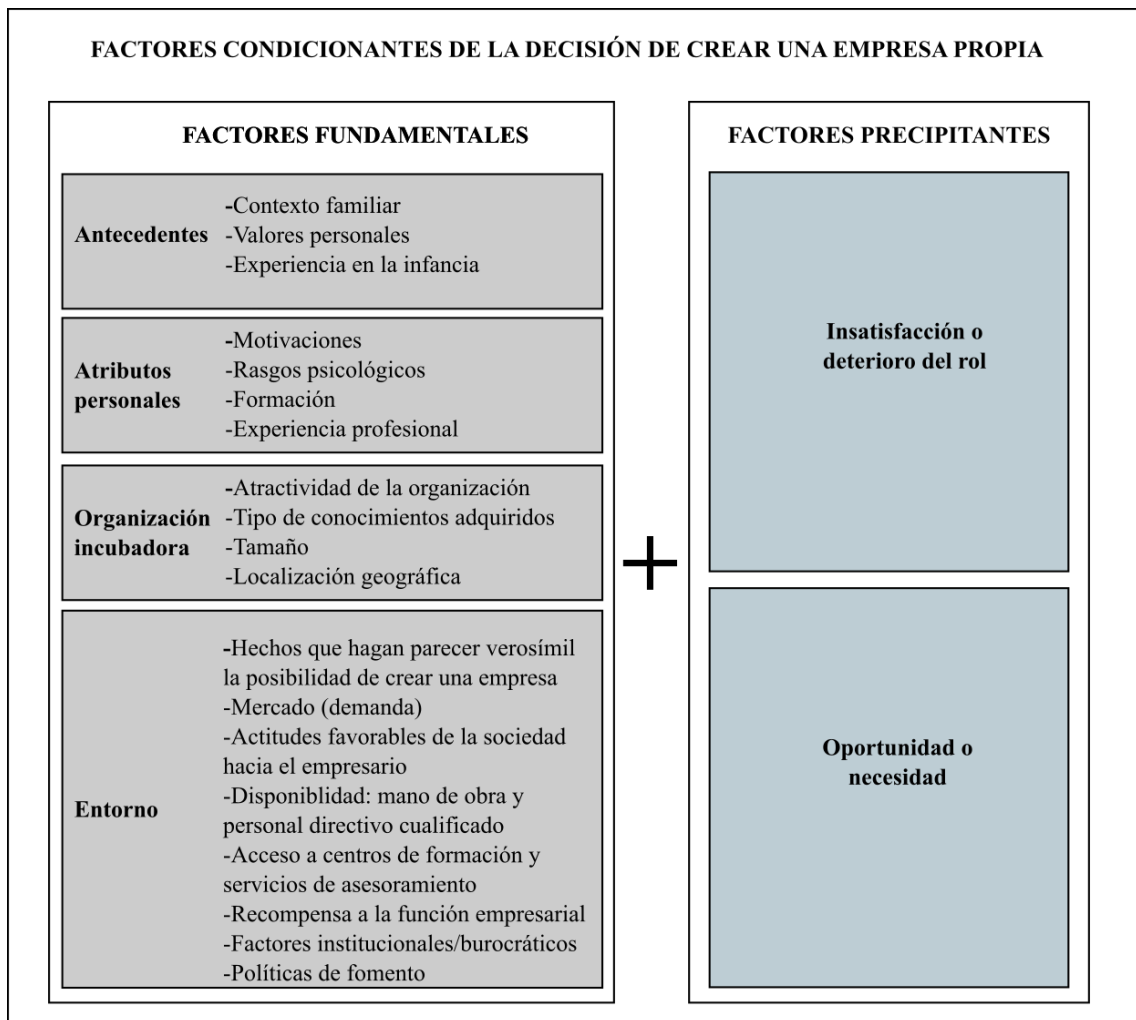
Gráfico 3.4: Marco para describir la creación de nuevas empresas



Fuente: Gartner (1985:698)

A partir de las distintas propuestas que han sido abordadas antes, Veciana (1988) ha identificado algunos factores condicionantes en la creación de nuevas empresas o de un nuevo sistema, para lo cual el autor recomienda tener en cuenta los conocimientos que aporta la teoría de la organización, según se ilustra en el Gráfico 3.5.

Gráfico 3.5: Factores condicionantes de la decisión de crear una empresa propia



Fuente: elaboración propia a partir de Veciana (1988).

Así mismo, Veciana (1988) aporta a este enfoque con un modelo que describe las fases del proceso de creación de empresas y las principales actividades a desarrollarse en diferentes etapas de la creación de empresas: gestación, creación, lanzamiento y consolidación, proceso que se ilustra en la Tabla 3.2.

Tabla 3.2: Proceso de creación de una empresa

	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4
	GESTACIÓN	CREACIÓN	LANZAMIENTO	CONSOLIDACIÓN
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ° Antecedentes y preparación profesional ° Organización incubadora ° Suceso disparador / deterioro del rol ° Entorno favorable ° Decisión de crear una empresa propia 	<ul style="list-style-type: none"> ° Búsqueda e identificación de una oportunidad empresarial ° Creación de la solución: configuración de la idea / proyecto empresarial ° Crear redes sociales ° Evaluación de la oportunidad ° Elaboración del plan de empresa ° Creación formal/legal de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ° Creación de equipo ° Adquisición y organización de los medios ° Desarrollo del producto / servicio ° Búsqueda de financiación ° Lanzamiento del producto / servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ° Re-definición del modelo de negocio ° Sucumbir o vencer ° Deshacerse de los socios indeseables ° Por fin "Todo bajo mi control"
Tiempo	VARIABLE	3-12 MESES		2-3 AÑOS

Fuente: Veciana (1988)

Una última aproximación se centra en las formas alternativas de crear empresas, entre las cuales destacan la compra de una franquicia y la herencia de una empresa familiar. La primera forma alternativa de convertirse en empresario independiente es a través de la adquisición de una franquicia, que le permite al adquiriente explotar la marca y una fórmula comercial probada y acreditada, realizando un análisis desde el punto de vista de la teoría de la agencia. El franquiciador se beneficia de las ventajas de operar bajo el sistema de franquicias, compartiendo riesgos y beneficios con el franquiciado, evitando la contratación de directivos para la gestión de los establecimientos bajo la propia marca. En cambio, el franquiciado a través de este sistema logra convertirse en empresario independiente, aprovechando la experiencia, la marca y el apoyo publicitario del franquiciador (Veciana, 1999). Otra forma alternativa de convertirse en empresario es a través de la sucesión en la empresa familiar, tema que ha constituido un campo de investigación muy importante dentro de la creación de empresas (Veciana, 1999).

Por otro lado, a un nivel empresarial existen dos aproximaciones que han recogido el interés de investigadores: El desarrollo de modelos de éxito empresarial y el desarrollo de proyectos innovadores al interior de las empresas.

El primer enfoque se centra en el desarrollo de modelos de éxito, enfoque desde el cuál se asume que existen variables que son determinantes para el éxito o fracaso de las empresas. Además, estas variables pueden ser controladas por el empresario. Por tanto, el conocimiento que aporta se considera útil tanto para guiar la configuración y la dirección de la nueva empresa, como para predecir su éxito o fracaso.

Entre los principales factores que menciona Veciana (1999), se encuentran los siguientes:

- Las características del empresario
- Función directiva
- El producto o servicio
- El sector o estructura del sector industrial
- La estrategia inicial de la nueva empresa
- Aspectos financieros

El segundo enfoque, corresponde a una nueva línea de investigación que surgen como respuesta al acelerado cambio tecnológico y a la creciente globalización de la economía. El llamado *Corporate Entrepreneurship* o *intrapreneurship* que se concibe como una actividad emprendedora, pero llevada a cabo en el interior de una organización ya existente. Autores como Stevenson y Jarillo (1990) y Antoncic y Hisrich (2000); lo definen como el proceso por el cuál, individuos en el interior de las organizaciones persiguen oportunidades sin considerar los recursos que ellos actualmente controlan. Constituyen actividades de desarrollo o mejora de lo existente, de nuevos productos o servicios, mercados, técnicas administrativas y tecnologías para las funciones organizacionales. Este fenómeno ha sido también estudiado bajo el nombre de *venture management*, y es solo en los últimos años que se habla de *corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship*. Cook (1970), Jones y Wilemon (1972), Vesper y Hohlmdahl (1973) y Fast (1977). Casson y Godley (2007), reconocen la existencia del intraemprendimiento, pero lo catalogan como un tipo de actividad emprendedora de categoría más baja, frente a quién tiene recursos para crear una organización; señalan que el intraemprendedor tiene baja capacidad de juicio y acceso limitado a los recursos de la organización²¹.

²¹ Para ampliar información se sugiere consultar (Veciana, 1996) y (Trujillo y Guzmán, 2008).

4 TEORIA ECONÓMICA INSTITUCIONAL

De acuerdo al objetivo general planteado, la presente investigación propone emplear la teoría institucional de Douglass North como marco teórico para el análisis de los factores que afectan la creación de empresas sociales, ello responde a lo siguiente.

La teoría institucional representa un cambio de paradigma del concepto estático y de equilibrio de la economía neoclásica, que va en desacuerdo con el proceso real de desarrollo. Así pues, la economía ortodoxa asume erróneamente que los individuos son perfectamente racionales, que disponen de toda la información necesaria para decidir y que no existen limitaciones en la capacidad de cálculo para la toma de decisiones (Homan, 1971).

Por otro lado, Monzón (1992, p 13) deja sentado que el estudio de las empresas de Economía Social a través de la economía neoclásica no es adecuado. “El análisis que ha realizado la literatura económica neoclásica de alguna empresa-tipo de la economía social, sobre todo las cooperativas, ensayado con cierta profusión, ofrece unos resultados ante cuya fecundidad permítasenos mostrar nuestro escepticismo, sobre todo porque el estricto análisis microeconómico difícilmente permite encontrar diferencias apreciables entre el comportamiento de la firma capitalista y el de las empresas llamadas de la economía social.” (Por tanto) “el microscopio no es la herramienta más adecuada para dilucidar el carácter ‘social’ de los agentes que estamos considerando. Al menos no es una herramienta suficiente. Porque, la esencialidad social de una empresa aisladamente considerada no depende, en última instancia, de que en ella se recreen de forma microscópica relaciones de poder no capitalistas.

Por tanto, el enfoque de North ofrece un marco teórico que incorpora a las instituciones y el tiempo, convirtiéndose en él más adecuado para el análisis de la creación de empresas (Veciana 1999), y también, para el análisis de la creación de empresas sociales (Nicholls, 2010, Mair y Martí 2006, 2009, Urbano *et al.* 2010)

Una de las críticas que recibe la teoría institucional es la relativa al sentido de rigor y precisión que tiene el enfoque. North sostiene que el análisis institucional se encuentra en un estado incipiente y que existen muchos aspectos a mejorar y que es muy difícil alcanzar un grado de precisión igual al de la teoría de equilibrio general.

Sin embargo, es innegable que esta teoría a través del enfoque institucional sea el adecuado para explicar problemas complejos como la evolución histórica de las economías y el desarrollo económico contemporáneo.

4.1 Evolución de la Teoría económica institucional.

Dada la existencia de muchas escuelas y movimientos que hacen referencia a la Teoría Económica Institucional, Gruchy (1972) divide la teoría en dos vertientes: la primera generación de institucionalistas y los neoinstitucionalistas. Más tarde, Dugger (1990) y Rutherford (2001) consideran una tercera vertiente denominada de la nueva economía institucional.

Como institucionalistas de primera generación, Gruchy (1972) incluye a Veblen como fundador, a John Commons, John Clark y Wesley Mitchell, representantes de la escuela americana, y a John Hobson como representante de la británica (Urbano *et al.*, 2007).

El pensamiento económico institucional surge a finales del siglo XIX en Estados Unidos, influenciado por el marxismo, los historicistas alemanes, la psicología y el Darwinismo. Sus representantes entendieron que los hábitos de conducta y de pensamiento de los grupos humanos condicionaban el desarrollo económico, por lo que es necesario el estudio y comprensión de la complejidad de las instituciones sociales (Urbano *et al.*, 2007).

Veblen (1965), su fundador, basándose en la antropología cultural, denomina a la economía como estudio del aspecto material de la cultura humana, y en ese sentido toda acción humana o comportamiento social sería campo de estudio de la economía, no solo la organización y estructura de la vida económica. Elabora una teoría del cambio social y las instituciones, dando importancia a los estudios históricos y a la investigación de las relaciones de los grupos sociales. Veblen (1965) considera que las instituciones son pautas comunes y predecibles del comportamiento en sociedad, incluyen los hábitos de pensamiento y de acción generalmente compartidos.

John Commons (1931) creía en la capacidad del Estado para elevar el estado de bienestar general a través del cambio institucional e inspiró el movimiento sindical americano, convirtió la economía institucional en un programa para la reforma económica y social, contribuyendo a realizar reformas laborales, leyes antimonopolio y sobre servicios públicos (Ekelund y Hébert, 1992).

John Clark por su parte, basa sus planteamientos en la nueva teoría de la organización social, que da realce a cuestiones de carácter ético, critica a la economía ortodoxa por no considerar los valores sociales, y distingue la existencia de valoración social y la de mercado y de la eficiencia comercial (para producir beneficios económicos) y de la eficiencia social (para producir valores sociales o humanos para bien de la comunidad) (Gruchy, 1972).

Wesley Mitchel, considerado precursor de la econometría, dotó tanto a la economía general como a la institucional del fundamento estadístico, realizando estudios cuantitativos y meticulosos sobre ciclos económicos. Fundó en el año 1920 el *National Bureau of Economic Research* (NBER). Su aporte es muy valioso sobre todo en los estudios sobre contabilidad del Producto Nacional Bruto (PNB) y los análisis del ciclo económico, el crecimiento, la política antitrust y la organización industrial que podían en lo sucesivo ir acompañados de referencias empíricas (Ekelund y Hébert, 1992).

John Hobson, economista de la escuela británica, profundamente preocupado por los aspectos éticos del comportamiento económico, sustentado en la teoría del subconsumo, afirmaba que el exceso de ahorro conducía a una contracción de la demanda, y que las tendencias imperialistas aparecen de la necesidad de las metrópolis de librarse de sus excedentes. Convencido que las relaciones económicas de su época se encontraban lejos de producir bienestar, lo que explicaba la distribución del ingreso (Seligman, 1967).

De este modo, se percibe que los autores de la primera generación de institucionalistas desarrollan una extensa variedad de temas con un enfoque socio cultural de la economía y todos han sido críticos de la teoría económica y del sistema capitalista imperante en su respectiva época, con miras a una propuesta de reforma social.

La otra vertiente conocida como los neoinstitucionalistas según la clasificación realizada por Gruchy (1972) está formada por los economistas, Clarence Ayres, Gunnar Myrdal y John Galbraith, orientados hacia la política, sostienen que lo que guía la economía no son los precios del mercado, sino los valores de la cultura (Valdez, 1996).

Clarence, cercano al pensamiento de Veblen, pero siendo un determinista tecnológico, creía que la tecnología era el principal determinante del comportamiento humano y la estructura social. Por tanto, orientó a la economía institucional hacia el estudio de la

tecnología y del cambio tecnológico, argumentando que la tecnología y los mercados eran menos importantes que la tecnología y las instituciones.

Galbraith, crítico social que no estaba dentro del campo estrictamente institucional, a partir del enfoque institucional de Veblen desarrolla su teoría de desarrollo del capitalismo moderno (Ekelund y Hébert, 1992), en la que analiza la evolución de la economía de Estados Unidos a partir de la Segunda Guerra Mundial, enfatizando en la capacidad del sistema económico para generar y mantener la calidad de vida de los estadounidenses. En esta obra afirma que el oligopolio desarrolla sus propias restricciones, y que éstas no nacen de la competencia, sino de los consumidores (Urbano *et al.*, 2007).

Gunnar Myrdal, conocido por sus trabajos en la teoría del dinero y las fluctuaciones económicas, destaca por su implicación en las reformas sociales, políticas y económicas sobre todo de países del tercer mundo, en los que según él, no debía aplicarse los análisis económicos convencionales que aíslan los entornos sociales y políticos.

En la misma línea, Myrdal (1964) desarrolló un estudio del (sub)desarrollo y de los desequilibrios económicos, mediante el principio de la causalidad circular acumulativa, - que constituiría el pilar básico del institucionalismo según Kapp (1967), que tiende a favorecer a las regiones bien dotadas y a perjudicar a aquellas con niveles de desarrollo inferior, ampliándose la brecha entre ambas regiones con el paso del tiempo. Mientras en unas regiones ricas se genera un “círculo virtuoso”, en las pobres se da un “círculo vicioso” donde cada vez son más pobres. La solución para contrarrestar esta tendencia, la plantea como la intervención reguladora o redistributiva del Estado.

Finalmente, la nueva economía institucional abarca variedad de corrientes de distintas ramas de la economía, entre las que destacan: la economía del derecho desarrollada por Oliver Williamson, que se dedica al estudio de los costes de transacción y los derechos de propiedad; y la desarrollada por Douglass North, conocida como la nueva historia económica que contempla el proceso de evolución de las instituciones en la historia (Urbano *et al.*, 2007).

Así, el nuevo institucionalismo se distancia de los planteamientos de sus antecesores, incluso al punto que se ha llegado a considerar que no corresponde al institucionalismo

por no compartir los pilares básicos de la teoría económica institucional (Kapp, 1967; Klein, 1989, Dugger, 1990; Rutherford, 2001).

Williamson (1981a, 1981b y 1985), por su parte, asegura que cualquier problema que sea formulado en términos contractuales, puede ser estudiado a través de los costes de transacción. Aplicando el enfoque de costes de transacción, se dedica al estudio de distintas instituciones económicas, sus implicaciones en las legislaciones y en las políticas públicas. Para el análisis institucional, integra la economía, la teoría de la organización y el derecho contractual (Urbano *et al.*, 2007).

En cambio, North examina la naturaleza de las instituciones y cómo el cambio institucional influye en el desempeño económico y social. Plantea que “las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las instituciones serían las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana” North (1993a:13).

4.2 La Teoría Institucional de Douglass North

North considera que la economía neoclásica no es la adecuada para realizar un análisis y establecer políticas orientadas al desarrollo. Asevera que las teorías neoclásicas suponen un mundo estático, en donde los intercambios se producen sin fricción y donde los derechos de propiedad están perfectamente delimitados, es decir, no existen costes y la información se obtiene gratuitamente. Por tanto, la aplicación de la teoría neoclásica a la historia y el desarrollo económico se ha centrado únicamente en el desarrollo tecnológico o en las inversiones de capital humano, dejando de lado a las instituciones y al tiempo. Por tanto, North se enfoca en tratar de salvar esas omisiones (North, 1994; Prado, 1997; Dias, Urbano y Hernandez, 2005).

Douglass North en el año 1970, junto con Lance Davis, publica su primer trabajo con enfoque institucional “*Institutional Change and American Economic Growth: A First Step Towards a Theory of Institutional Change*”, en donde proponen una teoría general del cambio institucional y la aplican al desarrollo económico de los Estados Unidos de América.

North y Davis (1972) sostienen que los cambios institucionales son el resultado de los intentos de maximizar las utilidades, y que existe una oportunidad de obtener utilidades a través de innovaciones institucionales cuando se producen desplazamientos exógenos

de la demanda, variaciones en el coste de operar una innovación o cuando se producen cambios en el poder político de grupos particulares (Prado, 1997).

En ese ensayo se argumenta que las utilidades se obtienen gracias a:

- Aprovechar economías de escala
- Incorporar externalidades
- Reducir riesgos
- Corregir fallas de mercado
- Redistribuir los ingresos

Los autores aseguran que pueden predecir el tipo de innovación (individual, cooperación voluntaria o gubernamental) y el intervalo de tiempo entre la creación del desequilibrio y la creación de una nueva institución (Fishlow y Fogel, 1971).

Más tarde, North para validar su enfoque institucional, propone aplicarlo a la historia económica europea, y para ello realiza un ensayo en coautoría con Robert Paul Thomas, bajo el nombre de “*An Economic Theory of the Growth of the Western World*”. Para trazar una teoría sobre el crecimiento económico del “Mundo Occidental”, realizan una combinación de las innovaciones institucionales y los cambios en los derechos de propiedad, en la que se sostiene que la declinación del feudalismo y el cercado de tierras se debieron al aumento de la tasa trabajo/tierra (Fishlow y Fogel, 1971).

Fishlow y Fogel (1971), en una evaluación de los avances logrados por la Historia económica Cuantitativa, “*Quantitative Economic History: An Interim Evaluation. Past Trends and Present Tendencies*”, reconocen la dificultad que implica determinar cómo interactúan los factores económicos, políticos y sociales al establecer instituciones para normalizar las actividades económicas. Observan que los modelos adecuados para tomar en cuenta aspectos institucionales, deben incluir un gran número de ecuaciones y variables que elevan a un nivel muy complejo el estudio matemático y, por tanto, aunque consideran adecuado al enfoque de North, creen que no podrá desarrollarse ese tipo de teorías debido a la complejidad de formalización matemática que se requiere (Fishlow y Fogel, 1971).

Lejos de desanimar a North, estos artículos fueron ampliados para pronto convertirse en dos libros polémicos: *Institutional Change and American Economic Growth*, que apareció en 1971; y *The Rise of the Western World: A New Economic History*, que se publicó en 1973.

En *Institutional Change and American Economic Growth*, sostienen que el enfoque institucional es el adecuado para explicar el proceso de crecimiento de la economía de Estados Unidos de América y cuáles fueron los elementos clave: la política agrícola, el desarrollo del sistema bancario y la mejora de la infraestructura de transporte. Como consecuencia de las ganancias del intercambio se modificaron los derechos de propiedad y surgieron nuevos arreglos institucionales y formas de organización económica. Por tanto, dejaron sentado que “para entender el crecimiento económico no basta tomar en cuenta sólo los factores neoclásicos, sino que es necesario considerar la evolución complementaria de la política y el derecho que respalda las formas económicas que producen crecimiento” (Myhrman y Weingast, 1994, p.188).

En *The Rise of the Western World: A New Economic History*, North y Thomas (1973) desarrollan un marco analítico global consciente y complementario a la teoría neoclásica, basado en los derechos de propiedad que explica el desarrollo económico de Europa occidental desde la Edad Media hasta el siglo XVIII. La idea central de la tesis es que para el crecimiento económico per cápita de Europa Occidental, fue fundamental la existencia de una organización eficiente, resultado de unos arreglos institucionales y derechos de propiedad que crean incentivos para canalizar el esfuerzo económico individual hacia actividades productivas.

Los dos libros fueron fuertemente criticados, ya que los planteamientos no explicaban con rigor como se generan, establecen y aplican las instituciones en la sociedad. A partir de ello, North trabaja en la teoría de las instituciones y del cambio institucional. Así, en 1981 apareció “*Structure and Change in Economic History*”, en donde define al desempeño como el crecimiento de la producción y su distribución en la sociedad y a la estructura o “marco institucional” como las características de la sociedad – instituciones políticas, económicas, tecnología, demografía e ideología- determinantes del desempeño (Prado, 1997).

Aunque en *Structure and Change in Economic History*, logró avances significativos, en *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, publicado en 1990, y en “*Economic Performance Through Time*” conferencia nobel, pronunciada en diciembre de 1993, es donde consolida su marco analítico institucional (Prado, 1997; Dias *et al.*, 2005).

4.3 Marco Analítico de la Teoría institucional de North

North desarrolla su teoría en base a que las instituciones son las que forman la estructura de incentivos de la sociedad y, por lo tanto, las instituciones políticas y económicas son las que determinan el desempeño económico a largo plazo. La manera en que se configuran las instituciones es el resultado del proceso de aprendizaje acumulativo desarrollado a través del tiempo y transmitido de generación en generación y, por tanto, el tiempo es un elemento necesario para la evolución de las instituciones.

4.3.1 Las instituciones

North define a las instituciones como las restricciones concebidas e impuestas por los seres humanos para favorecer la interacción entre ellos. Las instituciones reducen la incertidumbre, ya que establecen una estructura en la que realizar la interacción humana en la vida diaria, determinando y constriñendo el conjunto de elecciones de los individuos (North, 1993a).

La incertidumbre surge debido a la existencia de información incompleta respecto del comportamiento de las personas y a las limitaciones computacionales del individuo para procesar, organizar y utilizar información. Al estructurar la interacción humana, el marco institucional limita el conjunto de elecciones de los actores y reduce la incertidumbre (North, 1990).

North (1993) argumenta que las instituciones están integradas por restricciones informales y restricciones formales. La diferencia entre las formales e informales es de grado. La larga y desigual evolución de las restricciones —desde las tradiciones y costumbres no-escritas hasta las leyes escritas— está relacionada con la creciente especialización y división del trabajo que caracteriza a sociedades cada vez más complejas (North, 1990).

- Restricciones informales: son “reglas que nunca han sido diseñadas conscientemente y que todos se interesan en mantener”. Así mismo, dice que las interacciones sociales, tanto en el ámbito familiar, en el laboral y de negocios están definidas en gran medida por estas restricciones informales, como códigos de conducta, normas de comportamiento o convenciones. Estas restricciones informales es información transmitida socialmente y forma parte de la herencia cultural. North (1990) distingue tres tipos de restricciones

informales: a) las extensiones, elaboraciones y modificaciones de las reglas formales; b) las normas de comportamiento sancionadas socialmente; y c) los patrones de conducta aplicados internamente.

- Restricciones formales: también constituyen parte importante de las instituciones, aunque no es común que se usen como pauta inmediata en la interacción cotidiana. Las restricciones formales incluyen: reglas políticas y judiciales, que son las que establecen la estructura jerárquica de la forma de gobierno, la estructura de decisión, y las características explícitas del control del programa de gobierno; las reglas económicas por su parte definen los derechos de propiedad, o dicho de otra forma, los derechos de uso e ingreso a ser derivado de una propiedad y la capacidad de enajenar un activo o recurso; y los contratos que contienen estipulaciones específicas de un acuerdo particular de intercambio (North, 1990).

4.3.2 Los costes de transacción

Ronald Coase (1937 y 1960), fue el primero en establecer la existencia de una conexión crucial entre instituciones, costes de transacción y teoría neoclásica. Coase, dejó sentado que el paradigma neoclásico de los mercados eficientes funcionaba siempre y cuando no sean considerados los costes de transacción (Dias *et al.*, 2005)

Desde esa perspectiva, North (1984), considera que los economistas que han construido sus modelos basándose en las ganancias del comercio, atribuyendo a la especialización y división del trabajo, no han considerado los costes de la especialización y división de trabajo. Estos costes determinan las instituciones, que a la vez influyen en las estructuras de los sistemas políticos y económicos.

North (1993), citando el estudio de Wallis y North (1986) que realizaron sobre el sector de las transacciones desde 1870 a 1970, en el que demostraron que más del 45% del Producto Interior Bruto de los Estados Unidos se dedicó a este sector, y que las transacciones habían crecido un 25% en el último siglo, deja clara la magnitud e importancia de considerar los costes de transacción.

Las instituciones y la tecnología determinan los costes de transacción que deben ser adjuntados a los costes de transformación para conformar los costes totales de producción.

Los costes de transacción son los costes de:

- Especificar lo que es intercambiado
- Hacer efectivos los acuerdos efectuados

En ese sentido, North (1990) asegura que negociar es dispendioso porque es complicado medir con precisión los atributos de lo que se negocia, por falta de información o debido a que adquirirla cuesta demasiado, y, además, porque el comportamiento egoísta de los individuos —por ejemplo, el problema del polizón— puede dificultar el cumplimiento de los acuerdos. Adicionalmente, enfatiza que la aplicación u observancia de los contratos ha sido siempre el obstáculo principal para el aumento de la especialización y división del trabajo.

4.3.3 Cambio Institucional

El proceso de cambio es un proceso ubicuo, continuo y acumulativo, que tiene origen en las interacciones entre organizaciones e instituciones (Prado, 1997; Dias *et al.*, 2005).

Las organizaciones están constituidas por grupos de individuos integrados con el propósito de alcanzar objetivos determinados. Las organizaciones incluyen:

- a) Cuerpos políticos: como partidos políticos, senado, concejo municipal, cuerpos reguladores.
- b) Cuerpos económicos: empresas, sindicatos, granjas familiares, cooperativas, etc.
- c) Cuerpos sociales: iglesias, clubes, asociaciones deportivas, etc.
- d) Cuerpos educativos: colegios, universidades, centros de adiestramiento vocacional.

Estas organizaciones para cumplir sus objetivos —sean estos: ganar las elecciones, maximizar el beneficio, o formar a estudiantes, entre otros— demandarán conocimientos y destrezas, lo que condiciona la forma en la que evoluciona el conjunto de conocimiento y la forma en que éstos son usados (Prado, 1997; Dias *et al.*, 2005).

El cambio institucional consistirá en ajustes marginales al conjunto de limitaciones formales e informales que constituyen el marco institucional. La estabilidad general de una estructura institucional permitirá el intercambio complejo a través del tiempo y del espacio, en el sentido de que, una vez las normas formales e informales han pasado a formar parte de la conducta habitual, las personas automatizarán los intercambios sin tener que pensar o medir cuáles son los términos y características de cada tipo concreto de intercambio (Urbano *et al.*, 2007). Así pues, “la interacción entre instituciones y organizaciones dará forma a la evolución institucional de una economía. Mientras que las

instituciones son las reglas del juego, las organizaciones y sus empresarios son los jugadores” (North, 1993, p.3).

El cambio institucional de North tiene cinco proposiciones (Dias *et al.*, 2005):

1. La interacción continua entre instituciones y organizaciones en un marco económico de escasez y de competencia, es la clave para el cambio institucional.
2. La competencia fuerza a las organizaciones a invertir constantemente en conocimiento para sobrevivir. La percepción de las oportunidades del entorno determinará los tipos de habilidades y conocimientos que los empresarios y sus organizaciones necesitan aprender para tomar diferentes opciones, que de manera progresiva, alterarán las instituciones.
3. El marco institucional provee los incentivos que imponen el tipo de habilidades y conocimientos percibidos para tener máximas retribuciones.
4. Las percepciones vienen determinadas por las estructuras mentales de los jugadores.
5. Las economías de escala, las complementarias y las redes externas que surgen de una matriz institucional, son las que determinan el cambio institucional, que es abrumadoramente incremental y dependiente de la dirección del cambio.

Los empresarios, por tanto, juegan un rol de catalizadores del cambio institucional, y su actuación está determinada por las reglas formales, reglas informales y en la forma como se aplican. La estructura institucional en ese caso determina el tipo y las características específicas de las organizaciones y los empresarios son quienes dirigen el cambio institucional.

4.3.4 El aprendizaje

North (1994) propone abandonar la hipótesis de racionalidad que asume la teoría económica convencional y señala que para entender como las personas toman decisiones en un entorno de incertidumbre, debería hacerlo bajo una teoría del aprendizaje humano.

Simon (1972) sostiene que aunque el comportamiento humano trata de ser racional, solo lo consigue de una manera limitada y justifica los límites de esta racionalidad humana de la siguiente manera:

- a) La racionalidad exige un conocimiento y una anticipación completa de las consecuencias que seguirán a cada elección. En realidad, el conocimiento de las consecuencias es siempre fragmentario.
- b) Dado que estas consecuencias pertenecen al futuro, la imaginación debe suplir la falta de experiencia al asignarles valores. Pero sólo es posible anticipar de manera imperfecta los valores.
- c) La racionalidad exige una elección entre todos los posibles comportamientos alternativos. En el comportamiento real sólo se nos ocurren unas pocas de estas posibles alternativas.

Por tanto, consideramos que la información que disponemos para valorar distintas alternativas es incompleta y la capacidad mental para procesar esta información es limitada, sumando a ello la existencia de unos costes de transacción que surge porque la información es costosa. North concluye que los seres humanos imponen una serie de constricciones a la interacción humana con la finalidad de organizar el intercambio y reducir la incertidumbre.

North desarrolló un enfoque cognitivo sobre el aprendizaje en el que explica la forma en que la mente procesa la información. Parte su explicación señalando que el aprendizaje requiere desarrollar una estructura para interpretar diferentes señales percibidas por medio de los sentidos; una primera fuente proviene de la genética; otra proviene de las experiencias individuales, experiencias que pueden estar presentes tanto en el medio ambiente físico como en el medio ambiente lingüístico y sociocultural. Las estructuras están compuestas por categorías que evolucionan gradualmente, y en base a estas categorías se construyen modelos mentales para explicar e interpretar el medio ambiente. Las categorías y los modelos mentales evolucionan en la medida que se van incorporando nuevas experiencias a lo largo del tiempo. Esta retroalimentación puede reforzar o modificar nuestras categorías y modelos iniciales

La mente a través de un proceso denominado “redescrición representativa²²” que consiste en ordenar y reordenar los modelos mentales, convirtiéndolos en modelos más abstractos. Esta capacidad da origen al pensamiento creativo, de las ideologías y sistemas de creencia que luego sirven para que el ser humano tome decisiones. Estas creencias se

²² Concepto tomado de Clark y Karmiloff-Smith (1993).

transforman en estructuras sociales y económicas a través de las instituciones. (North, 1994; Prado, 1997).

“La relación entre modelos mentales e instituciones es estrecha. Los modelos mentales son las representaciones internas que los sistemas cognoscitivos individuales crean para interpretar el medio ambiente; las instituciones son los mecanismos externos (a la mente) que los individuos crean para estructurar y ordenar el medio ambiente” (North, 1993, p.12-13).

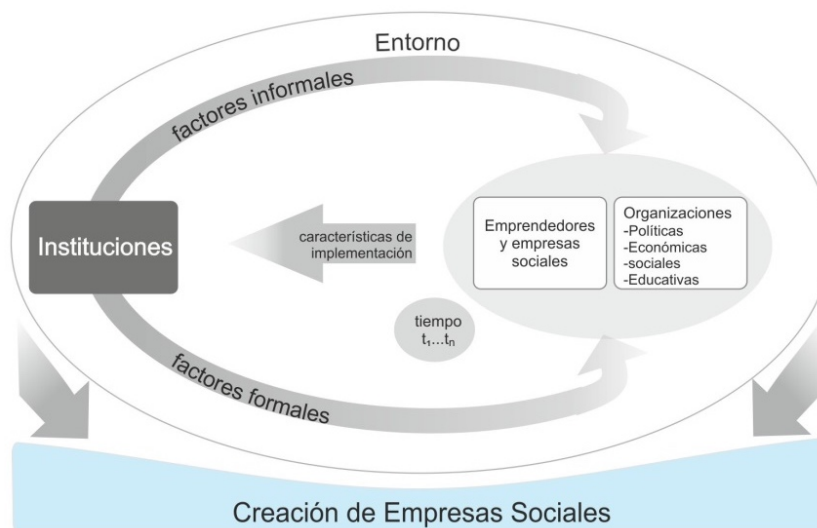
El proceso de aprendizaje depende de:

- la manera como una estructura de creencia dada filtra la información derivada de la experiencia; y
- de las diferentes experiencias que enfrentan los individuos y las sociedades en diferentes épocas.
- Los incentivos para adquirir conocimiento son afectados por las recompensas pecuniarias y por la tolerancia de la sociedad a la innovación y a la creatividad (North, 1993).

4.4 La teoría económica institucional en la creación de empresas sociales

El discurso del emprendimiento social puede ser entendido como un proceso resultante de la interacción entre los emprendedores sociales y el contexto en el que están inmersos (Mair y Martí, 2006), proceso que lo representa el Gráfico 4.1. La teoría institucional puede enriquecer el entendimiento de este fenómeno debido a que aporta una visión desde un enfoque multidisciplinar que mezcla la sociología, ciencia política, economía y teoría organizacional (Urbano *et al.*, 2010).

Gráfico 4.1: El enfoque de North aplicado a la creación de empresas sociales



Fuente: elaboración propia a partir de Urbano, Hernández y Días (2007)

Considerando el criterio de varios autores, entre los factores institucionales formales relacionados con la creación de empresas sociales se consideran: el contexto político legal (Alvord, 2004; Anderson *et al.*, 2006; Mair y Martí, 2009; Sharir y Lerner, 2006), los programas de apoyo a la creación de empresas sociales (Wilkinson, 2014; Urbano *et al.*, 2010), la disponibilidad de financiación (Neck *et al.*, 2009; Peredo y McLean, 2006; Seelos y Mair, 2005; Sharir y Lerner, 2006), el nivel de educación (Salinas y Osorio, 2012) y el cambio social (Drayton, 2002; Mair y Martí, 2006; Seelos y Mair, 2005; Sharir y Lerner, 2006). Y, por otro lado, entre los factores culturales informales relacionados con la creación de empresas sociales también se mencionan los valores sociales (Austin *et al.*, 2006; Certo y Miller, 2008; Dees, 1998; Mair y Martí, 2009; Mair y Martí, 2006; Neck *et al.*, 2009; Peredo y McLean, 2006; Weerawardena y Mort, 2006) y la actitud hacia el emprendimiento y la responsabilidad social (Urbano *et al.*, 2010). La Tabla 4.1 muestra los factores institucionales relacionados con la creación de empresas sociales.

Tabla 4.1: Instituciones formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales

Instituciones formales	Instituciones informales
-Contexto político legal	-Nuevos valores sociales
-Programas de apoyo	
-Acceso a la financiación	-Actitudes hacia el emprendimiento y la responsabilidad social
-Educación	
-Cambio social	

Fuente: elaboración propia a partir de Ferri y Urbano (2010)

- El contexto político y legal

Entre los factores del entorno institucional formal encontramos que leyes, regulaciones y políticas gubernamentales que proveen apoyo a las nuevas empresas sociales, reducen el riesgo para las personas que empiezan una nueva empresa y facilitan los esfuerzos de los emprendedores para adquirir recursos (Busenitz *et al.*, 2000). Por tanto, el entorno político-legal juega un papel preponderante facilitando o dificultando la creación de empresas de cualquier tipo.

Mientras existen lugares como Reino Unido, en donde el marco político promueve el emprendimiento social, contrariamente existen lugares en los que el entorno político legal puede llegar a constituirse en una barrera fuerte. Es el caso de Letonia en donde el emprendimiento social no ha sido introducido en la legislación, ni tampoco se lo reconoce como un tipo de emprendimiento (Dobele, 2011).

Por tanto, es necesario que los gobiernos provean un entorno jurídico y reglamentario para fomentar el emprendimiento social. De la misma forma, también es necesario que entiendan que los aspectos sociales y ambientales deben tener carácter prioritario en las políticas públicas.

Dobele (2011), citando el ejemplo de Reino Unido, establece que hay cuatro áreas en donde el rol de los gobiernos es importante: a) el fomento de la cultura facilitando información acerca del potencial del emprendimiento social; b) garantizando que la información y el asesoramiento adecuado esté disponible para los emprendedores

sociales; c) permitir el acceso a la financiación adecuada, y; d) garantizar que las empresas sociales están habilitadas para trabajar con el sector público para lograr objetivos comunes.

- Programas de apoyo a la creación de empresas sociales

Otro factor del entorno institucional formal es la existencia de programas de apoyo que impulsen los emprendimientos sociales. La infraestructura de apoyo a la creación de empresas sociales puede ir desde la provisión de información y orientación, asesoramiento, formación y entrenamiento y financiación. Un aspecto a tener en cuenta es, si los emprendedores sociales conocen de la existencia de estos servicios y si estos servicios están al alcance de ellos (Aponte, 2002).

- El acceso a la financiación

Hynes (2009) en una investigación reveló que los emprendedores sociales se enfrentan a graves problemas de financiación que limitan no solo el establecimiento de empresas sociales, sino también su posterior desarrollo. El contar con recursos financieros repercute positivamente en dotar a la organización de empleados con talento, encontrar un mercado, alquilar un espacio, llevar a cabo proyectos piloto y otras actividades relacionadas con el crecimiento de la organización.

El crear una empresa social en un entorno donde están limitadas las subvenciones y donaciones caritativas, en donde el alto coste del crédito –ya que entidades financieras consideran a los emprendimientos sociales en el mismo nivel que un emprendimiento comercial- puede ser un determinante negativo a la hora de decidir crear una empresa social.

- Programas educativos

En los últimos años, en el entorno educativo se ha hablado de las competencias como la capacidad de responder a demandas complejas movilizand o recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto (OCDE, 2005). Las competencias claves entonces son aquellas que las personas requieren para su realización y desarrollo personales, para la ciudadanía activa, para la inclusión social y el empleo.

La necesidad de que los individuos piensen y actúen de manera reflexiva es vital para el marco de las competencias. La reflexión va más allá de la aplicación de una fórmula o de la aplicación de un método para afrontar una situación, implica la habilidad para manejar el cambio, aprender de la experiencia, pensar y actuar con una perspectiva crítica (Marina, 2009).

Por tanto, la cantidad y calidad de emprendimientos sociales estará condicionada a la existencia de programas orientados a desarrollar competencias que fomenten la cultura emprendedora o que generen un cambio cultural de los alumnos que favorezcan al desarrollo de rasgos propicios hacia el emprendimiento social.

- El cambio social

Reis y Clohesy (2001) aseveran que el emprendimiento social está fuertemente influenciado por el deseo de cambio social, de la sostenibilidad y de los servicios sociales que presta. En ese sentido, se puede entender que el grado de compromiso existente para cambiar alguna regla o convención de la sociedad, orientada a satisfacer las necesidades de un grupo particular o a mejorar la sociedad en su conjunto puede influir en la decisión de crear una empresa social.

- Contexto cultural

Las instituciones no solo incluyen el contexto político legal, sino también incluyen aspectos que son socialmente transmitidos que en su conjunto suelen denominarse cultura. Dentro de la cultura se encuentran elementos como las ideas, actitudes, creencias y valores. Elementos que son capaces de alentar o desalentar a los individuos en la decisión de crear una empresa social. Las instituciones informales, según determina North, no pueden sufrir cambios repentinos, contrariamente las instituciones formales pueden cambiar súbitamente en respuesta a cambios políticos o legales. No obstante, las instituciones informales persistirán produciéndose una tensión entre instituciones formales e informales que repercutirán en el cambio económico (North, 1990).

- Nuevos valores sociales

La existencia de nuevos valores sociales en una sociedad que conciencie a las personas sobre la existencia de grupos socialmente excluidos y de los problemas ambientales

actuales, dejan lugar para la creación de empresas sociales que visualizan la oportunidad de una nueva demanda de bienes que las empresas tradicionales no cubren (Urbano *et al.*, 2010). Como se mencionó anteriormente, los problemas sociales llegan a constituir una oportunidad para los emprendedores sociales.

Los emprendedores sociales han sido llamados catalizadores del cambio social (Urbano *et al.*, 2007; Morales, 2009) , y para hacerlo vinculan las necesidades sociales con los nuevos valores sociales adquiridos por la sociedad. En el estudio realizado por Urbano, Toledano, y Ribeiro (2010) aseguran que las empresas sociales surgen cuando existen valores sociales predominantes en una sociedad, que están generando una demanda insatisfecha y, por tanto, una oportunidad para el emprendimiento social.

- Actitudes hacia el emprendimiento y la responsabilidad social

Como consta en el primer capítulo, uno de los elementos que definen el emprendimiento social es la creación de valor social, entendido que el propósito de todo emprendimiento social es generar un valor social superior o generar beneficios para la sociedad. En ese sentido, Urbano, Toledano y Ribeiro (2010) hacen hincapié en que las motivaciones y actitudes sociales son ejemplos de factores que determinan la acción de crear una empresa social. Por tanto, proponen que las actitudes hacia el emprendimiento y la responsabilidad social tienen una relación positiva con el surgimiento de las empresas sociales.

5 APLICACIÓN DEL METODO DELPHI PARA DETERMINAR LOS FACTORES INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES

5.1 Justificación y objetivos del estudio empírico

En este capítulo, tomando como marco conceptual la teoría institucional de Douglass North, se analiza la influencia de las instituciones formales e informales como condicionantes en el proceso de creación de empresas sociales. La metodología utilizada para el desarrollo del estudio empírico consiste en un análisis Delphi, a través del cual se busca clarificar los distintos puntos de vista y dilucidar argumentos. La participación de expertos de distinto perfil y localización geográfica permitirá crear modelos explicativos que ayuden a entender cuáles son los incentivos que impulsan este tipo de emprendimientos desde distintas ópticas.

El objetivo de este capítulo es determinar cuáles son y la importancia que tienen los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales.

Así además de forma paralela, los resultados obtenidos en esta etapa permitirán la consolidación de la teoría institucional de Douglass North como marco teórico adecuado para el análisis de la creación de empresas sociales.

En consecuencia, los resultados de este estudio aportarán información relevante acerca de los factores institucionales que influyen positiva o negativamente en la creación de empresas sociales y de los mecanismos o estrategias adecuados que permitan conseguir un entorno institucional favorable a la creación de nuevas empresas sociales. Por tanto, su utilidad será apreciada en el diseño y gestión de las políticas públicas enfocadas en el fomento de este tipo de empresas.

5.2 Metodología

El método Delphi forma parte de un conjunto de métodos de investigación orientados a la prospectiva y ha sido definido como un método de expertos, que aplica un proceso sistemático e iterativo dirigido a la obtención de las opiniones, y si es posible el consenso, de un grupo de expertos (Landeta, 1999).

Linstone, Turoff y Helmer (1975) definen a la técnica Delphi como un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo porque facultan a un grupo de individuos, tratar un problema complejo.

El análisis Delphi como parte de las técnicas prospectivas permite manejar información cualitativa en el análisis de la evolución del comportamiento de los factores que definen el entorno (Decouflé y Nicolón, 1972). Dadas las características del entorno empresarial en la actualidad, las técnicas prospectivas han cobrado importancia, gracias a que aportan una visión más global y la posibilidad de tener en cuenta factores cualitativos y las estrategias de los actores implicados; en cambio, las técnicas de previsión han reducido su validez en este ámbito (Ortigueira, 1984; Ortega, 2008).

Vicens (1985) define el método Delphi como un procedimiento que tiene por objeto la obtención de información de un grupo de expertos en varias etapas y que tiene tres características básicas: anonimato, respuesta numérica y retroalimentación. Landeta (1999) confirma estas características básicas de la estructura de este método que la definen y también la diferencian de otras técnicas grupales:

- a) Mantiene el anonimato de los participantes
- b) Retroacción o *feedback* controlado
- c) Respuesta estadística de grupo

En definitiva, la Metodología Delphi es un conjunto específico de procedimientos que tiene la finalidad de obtener información de un grupo de expertos que disponen de información privilegiada y experiencia en el campo de estudio. Los resultados obtenidos son muy fiables siempre y cuando los expertos consultados o sujetos participantes sean idóneos, ya que la técnica se nutre únicamente del juicio de estos expertos (Vicens, 1985; Landeta, 1999). A diferencia de otros métodos, no descuida el entorno social y político en el que se desarrollan sus previsiones (Ortega, 2008).

La principal ventaja de la aplicación de esta metodología que se podría mencionar es que la información proveniente de grupos expertos tendrá mayor valor y precisión que el análisis que pueda aportar un solo individuo (Landeta, 1999). Aquello se justifica debido a que en un grupo se acumulan un mayor número de conocimientos, habilidades, experiencias e información. Todos estos recursos con la ayuda del método Delphi permiten: mejorar la comprensión del problema, encontrar nuevas soluciones y obtener resultados de mejor calidad.

El método Delphi ha sido definido como un proceso sistemático e iterativo encaminado a la obtención de las opiniones, y si es posible el consenso, de un grupo de expertos (Landeta, 1999), es decir, puede aplicarse de forma más abierta. Por tanto, aunque no se logre llegar a una opinión consensuada, la metodología puede emplearse como herramienta de análisis grupal en la que se estimula la aparición de distintas posturas, opiniones y razonamientos con respecto a los distintos factores que han sido expuestos y valorados.

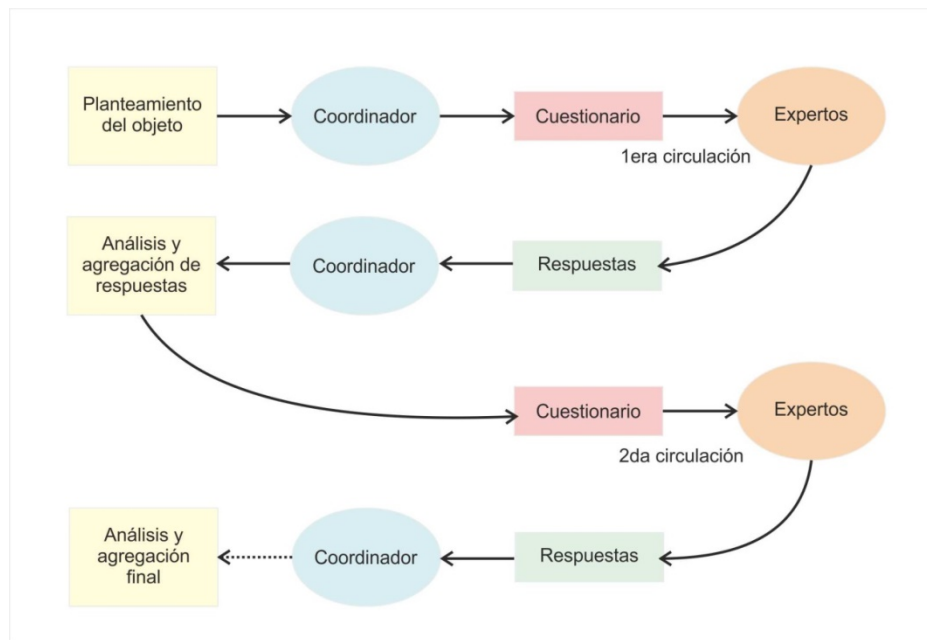
El modelo procura que los expertos argumenten razones en pro y en contra de las opiniones dadas por otros participantes y de la suyas propias. El método utiliza la retroalimentación de la información o *feedback*, y su utilidad se manifiesta en tres formas: mejora la calidad del producto grupal, mayor convergencia en las estimaciones individuales de los expertos y ayuda a anticipar reacciones de los afectados ante los resultados del estudio. También limita que se produzcan situaciones de descoordinación, ya que es muy difícil juntar a muchos expertos para debatir acerca del problema planteado; incluso hace posible que expertos que se encuentren geográficamente alejados y que no disponen de tiempo, puedan dar su opinión sobre el tema.

Entre sus desventajas podríamos señalar que no todos los participantes poseen el mismo nivel de formación, experiencia e información; el método requiere pedir al experto que cambie o confirme su opinión, lo que finalmente podría influir en su opinión; la dificultad que implica contar con los participantes idóneos, pues no siempre es tarea fácil seleccionar a los expertos adecuados; los participantes pueden abandonar a lo largo del desarrollo del método y; finalmente, la mala formulación de las preguntas puede inducir a errores de interpretación (Ortega, 2008).

El proceso a seguir se resume en que la información solicitada al grupo de expertos a través de un primer cuestionario, aportará información que deberá ser tratada y clasificada por el coordinador, y nuevamente consultada a los expertos. Es decir, el grupo de expertos proporciona información sobre la cual trabajarán posteriormente en un cuestionario posterior, lo que tiene un doble objetivo: el primero, remitir y hacer partícipes de la información obtenida a todos los participantes que han colaborado en el estudio con su opinión; y el segundo es consolidar y acreditar los resultados obtenidos en la consulta inicial. El esquema del proceso está representado en el

Gráfico 5.1: El esquema de proceso Delphi

Gráfico 5.1: El esquema de proceso Delphi



Fuente: elaboración propia a partir de Soldevilla (1986)

5.3 Características de la investigación

Para el desarrollo del análisis Delphi aplicado a nuestro objeto de estudio, existen algunos aspectos que deben definirse, entre ellos: el criterio para finalizar el proceso iterativo que caracteriza a esta metodología, el grupo de expertos que ha participado en el estudio y finalmente el contenido de los cuestionarios utilizados en la investigación.

5.3.1 Criterio para finalización del proceso iterativo

Se ha previsto que el criterio para finalizar el proceso iterativo sea el llegar a la segunda ronda, debido a que se consideran las siguientes circunstancias. Esta investigación ha priorizado el aclarar y explicar las distintas opiniones y argumentos que tienen los expertos participantes en torno a la creación de empresas sociales, dejando en segundo plano el alcanzar la estabilidad o el consenso en las respuestas. Por otro lado, también se ha considerado que el riesgo de que ocurra un eventual abandono de los participantes aumenta en cada ronda adicional.

5.3.2 Composición del grupo de expertos participantes en la investigación

El panel de expertos está conformado por dos perfiles diferentes. El primer perfil está formado por profesores universitarios e investigadores de reconocido prestigio en el campo del emprendimiento y de la Economía Social; y el segundo perfil lo conforman:

profesionales y directivos de empresas sociales y técnicos y responsables de organismos públicos o privados que apoyan la creación de empresas.

Para garantizar la calidad de los resultados se ha considerado que los participantes deben cumplir con los siguientes criterios. Para los expertos con perfil académico: tener publicaciones en revistas científicas en el área que es objeto de estudio. En el caso de los participantes con perfil profesional: el desempeñar cargos de responsabilidad y dilatada experiencia en el tiempo. Además, en ambos casos, los participantes deberán valorar sus conocimientos en las dos áreas relacionadas con la investigación con una valoración mayor a 6 sobre 10.

Para que los resultados de la investigación no se limiten únicamente a una ubicación geográfica, por facilidad de acceso, se han seleccionado a participantes españoles y ecuatorianos, procurando un equilibrio de expertos de ambos países para que el análisis comparativo sea equilibrado.

En resumen, se ha intentado conseguir una muestra equilibrada de participantes, tanto por perfiles como por localización geográfica. Después de constituida la muestra, se enviaron 43 cuestionarios, de los cuales 22 fueron académicos y 21 profesionales, es decir, una proporción del 51% y 49% respectivamente. Con respecto a la localización geográfica, 21 participantes fueron de España y 22 fueron de Ecuador, a los que corresponde las proporciones de 49% y 51% respectivamente como lo representa la Tabla 5.1.

Tabla 5.1: Composición de la muestra de participantes seleccionados

Procedencia	Académicos		Profesionales		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
España	10	45%	11	52%	21	49%
Ecuador	12	55%	10	48%	22	51%
Total	22	51%	21	49%	43	100

Fuente: elaboración propia

De los 43 cuestionarios enviados en la primera ronda han participado 21 expertos²³, es decir, que el porcentaje total de respuesta en el primer cuestionario ha sido del 49% con respecto a la muestra de participantes seleccionados. En la Tabla 5.2 se muestra que el porcentaje de respuesta en la primera ronda ha correspondido al 55% por parte de los académicos y del 43% por parte de los profesionales.

Por procedencia geográfica, correspondería el 57% a participantes españoles y 41% a participantes ecuatorianos, lo que de alguna manera mantiene el equilibrio deseado entre perfiles y procedencia.

²³ El número de participantes se encuentra dentro de los límites que a título orientativo menciona Landeta(1999, pp. 61, 62): La determinación del número de expertos y su composición precisa de un aproximación contingente, donde los objetivos de cada estudio y las limitaciones a las que se afronta serán sus determinantes máximos. Sin embargo, se han llevado a cabo intentos a partir del álgebra booleana en los que se concluye que no deben ser menos de 7 ni es aconsejable que sean más de 30, ya que la mejora de la previsión era muy pequeña, y no compensaba el incremento en coste y trabajo. No es habitual ni recomendable realizar estudios Delphi con más de 50 expertos, tanto por operatividad como de costo beneficio, con la salvedad de que las condiciones del estudio así lo requieran.

Tabla 5.2: Proporción de respuestas de expertos en la primera ronda

Procedencia	Académicos		Profesionales		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
España	7	70%	5	45%	12	57%
Ecuador	5	42%	4	40%	9	41%
Total	12	55%	9	43%	21	49%

Fuente: elaboración propia

En la segunda ronda únicamente 15 expertos enviaron respuestas, es decir, el 35% del total de expertos seleccionados. La Tabla 5.3 muestra la proporción de participantes en esta segunda fase. Según el perfil, han respondido el 32% de los académicos y el 38% de los profesionales. Por otro lado, según la procedencia han respondido el 33% de España y el 36% de Ecuador. Cabe aclarar que no todos los participantes han respondido a todas las preguntas planteadas.

Tabla 5.3: Proporción de respuestas de expertos en la segunda ronda

Procedencia	Académicos		Profesionales		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
España	3	30%	4	36%	7	33%
Ecuador	4	33%	4	40%	8	36%
Total	7	32%	8	38%	15	35%

Fuente: elaboración propia

5.3.3 Diseño y estructura de los cuestionarios

El cuestionario de primera ronda²⁴ fue elaborado a partir de una revisión de la literatura de los estudios más relevantes que tratan del entorno y el emprendimiento social (Alvord, 2004; Anderson *et al.*, 2006; Austin *et al.*, 2006; Certo y Miller, 2008; Dees, 1998; Drayton, 2002; Mair y Martí, 2009; Mair y Martí, 2006; Neck *et al.*, 2009; Peredo y McLean, 2006; Seelos y Mair, 2005; Sharir y Lerner, 2006; Doherty *et al.*, 2006; Tan *et al.*, 2005; Thompson y Doherty, 2006; Weerawardena y Mort, 2006; Zahra *et al.*, 2009), realizada por Ferri y Urbano (2010). Para su validación se ha realizado un *pretest* con un número reducido de expertos elegidos por proximidad.

²⁴La carta de invitación y el cuestionario de primera ronda se encuentra en el Apéndice 1

El cuestionario enviado a los expertos participantes se divide en tres partes. En la primera parte se solicita información personal como: la edad, el género, la confirmación del perfil y la localización; y la pregunta de control en la que se pide evaluar los conocimientos de los expertos participantes sobre áreas relacionadas con la investigación, que son: Economía Social y Creación de empresas. La segunda parte está integrada por una pregunta cerrada en la que se pide valorar los efectos que tienen los emprendimientos sociales sobre 10 problemas sociales:

- Acceso a la vivienda
- Acceso a la asistencia sanitaria
- Acceso a alimentos y agua
- Acceso a medios de transporte
- Acceso a la educación
- Protección del medio ambiente
- Acceso a bienes y servicios
- Acceso al crédito
- Creación de empleo
- Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos

En todas las preguntas se planteó la posibilidad de que los expertos, cuando lo consideren necesario, puedan agregar nuevas variables (otros). Por tanto, en la segunda ronda se incluyen 5 problemas sociales adicionales:

- Inserción de la mujer en el mercado de trabajo
- Acceso a bienes y servicios culturales
- Atención a personas en situación de dependencia
- Asistencia técnica
- Lucha contra la pobreza

La valoración está basada en una Escala de Likert de 1 a 5, en la que cada experto valorará cada uno de los problemas sociales incluidos en la pregunta. Además, se incluye la opción de agregar otro elemento que el experto considere relevante para valorarlo.

Finalmente, la tercera parte está integrada por las preguntas restantes (3 a 13), que en su mayoría utilizan escalas de ordenación y en las que los participantes deben clasificar de menor a mayor importancia cada uno de los factores enunciados respecto a:

- Factores generales en la creación de empresas sociales
- Factores externos en la creación de empresas sociales
- Regulaciones legales que afectan a la creación de empresas sociales
- Mecanismos de apoyo a la creación de empresas sociales
- Instrumentos de financiación disponibles para las empresas sociales
- El establecimiento de redes sociales en la creación de empresas sociales
- Los valores culturales en la creación de empresas sociales

Dentro de este grupo, las preguntas 6 y 10 tratan de la forma jurídica adecuada para crear una empresa social y de los programas educativos que facilitan la creación de empresas sociales. Las dos preguntas son de elección única y de forma complementaria se solicita justificar su elección a cada experto. También disponen de la opción otros, para que los expertos incluyan nuevos elementos que no han sido considerados.

La estructura de los cuestionarios se ilustra en la Tabla 5.4 y en el Anexo 2 se incluye el cuestionario completo de la primera ronda y en el Anexo 3 el cuestionario completo de la segunda ronda.

Tabla 5.4: Estructura del cuestionario

Datos generales	
	-Edad
	-Género
	-Perfil
	-Localización
	-Conocimiento sobre emprendimiento
	-Conocimiento sobre Economía Social

Efectos que tienen los emprendimientos sociales sobre los problemas sociales
<ul style="list-style-type: none"> -Acceso a vivienda -Acceso a asistencia sanitaria -Acceso a alimentos y agua -Acceso a medios de transporte -Acceso a bienes y servicios -Acceso a educación -Acceso al crédito -Creación de empleo -Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos -Promover la integración social
Factores que afectan a la creación de empresas sociales
<ul style="list-style-type: none"> -Características individuales del emprendedor y/o su equipo -Factores externos o del entorno <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de un Entorno Político legal que favorezca la creación de empresas sociales -Forma Jurídica adecuada para constituir una empresa social -Disponibilidad de instrumentos de financiación orientados a empresas sociales -Mecanismos de apoyo no económicos para la creación de empresas sociales -Existencia de redes sociales que faciliten el acceso a recursos <ul style="list-style-type: none"> - Existencia de programas educativos orientados al fomento del emprendimiento social -Valores culturales que favorecen la creación de empresas sociales -Factores organizacionales que doten recursos y oportunidades

Fuente: elaboración propia.

Siguiendo la metodología Delphi, después de explotar las respuestas de la primera ronda, se elaboró el cuestionario de segunda ronda. En este cuestionario en cada una de las preguntas se muestra: las respuestas estadísticas del grupo, las respuestas dadas por el experto y junto a ellas un ícono que indicaba la distancia entre la respuesta de grupo y la suya. En esta fase los expertos, conociendo la respuesta del grupo, tenían la opción de mantener o cambiar su respuesta. Si la nueva respuesta no coincidía con la del grupo, era necesario justificar su elección en la casilla designada para ello.

En el cuestionario de segunda ronda²⁵ se mantiene la misma estructura; únicamente se han incluido nuevos elementos que han sido propuestos por los participantes a través de

²⁵ El cuestionario de segunda ronda se encuentra en el Anexo 3

sus respuestas de la ronda anterior. Las diferencias con respecto al primer cuestionario son las siguientes:

En la pregunta que pide valorar los efectos que tienen los emprendimientos sociales sobre algunos problemas sociales, se vuelve a preguntar únicamente sobre los efectos que no han logrado un nivel de consenso aceptable, estos son:

- El acceso a bienes y servicios
- El acceso al crédito
- La creación de empleo
- La protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos; y,

Además, se han incluido nuevas variables que han sido mencionadas por los participantes:

- La inserción de la mujer en el mercado del trabajo
- El acceso a bienes y servicios culturales
- La atención a personas en situación de dependencia
- La asistencia técnica
- La lucha contra la pobreza

En la pregunta que trata de las regulaciones legales que pueden afectar a la creación de nuevas empresas sociales, además de las regulaciones anteriormente preguntadas, se incluyen las siguientes regulaciones:

- De lo laboral
- De la incorporación de Cláusulas Sociales en los contratos

Con respecto a la pregunta sobre cuál sería la forma jurídica más adecuada para constituir una empresa social, los participantes incluyeron las siguientes opciones:

- La forma jurídica es irrelevante
- Sociedades Limitadas de Interés General
- Contrato de Fideicomiso

Por otro lado, en la pregunta sobre los mecanismos de apoyo que pueden favorecer a la creación de empresas sociales, se ha incluido el siguiente:

- Incorporar criterios sociales y medioambientales a los balances económicos

En cuanto a la pregunta que trata sobre los instrumentos de financiación que deberían estar disponibles para favorecer la creación de empresas sociales, se ha incluido:

- La inversión directa de los ciudadanos; y
- La venta de servicios propios

En la pregunta sobre los programas educativos que pueden favorecer a la creación de nuevas empresas sociales, se incluyen las opciones:

- Desarrollar simultáneamente actitudes emprendedoras y sensibilizar sobre problemas sociales, y;
- A concienciar sobre el buen vivir y el bien común

En la pregunta que solicita ordenar los aspectos que se pueden conseguir a través del establecimiento de redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales, se incluyen las siguientes dos opciones:

- Para crear capital social (actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación)
- Para establecer relaciones comerciales

En la última pregunta que trata de los valores culturales que pueden favorecer a la creación de nuevas empresas sociales, los participantes han incluido:

- Valoración positiva del empresariado social
- Percepción de la existencia de necesidades sociales insatisfechas
- Concienciación sobre la protección del medio ambiente

5.4 Análisis de resultados

Los 15 expertos participantes en la última etapa, han respondido a todas las preguntas planteadas, con excepción de un participante que no respondió a la última pregunta. Así mismo, no todos los participantes justificaron el mantener o cambiar su respuesta cuando se encontraba alejada del criterio de grupo y algunos tampoco valoraron las nuevas cuestiones por no considerarlas significativas.

5.4.1 Criterios usados en el análisis estadístico

Los criterios estadísticos considerados en el tratamiento de los datos son los siguientes. Las respuestas individuales de los expertos son integradas en una estimación grupal que en este estudio está representada por la Mediana (M). En las preguntas en la que se debían ordenar distintos elementos, se dio el caso de que existían Medianas iguales, por ello fue necesario usar medidas complementarias para asignar la posición de cada elemento; estas medidas son la media aritmética (m) y la desviación típica (Dt).

Para determinar el grado de dispersión existente entre la muestra, se ha usado el rango intercuartílico (k), que mide la diferencia entre el tercer y el primer cuartil. Se considera que existe unanimidad de criterios cuando $k=0$ y se considera un grado de convergencia aceptable cuando la frecuencia relativa de una respuesta sea mayor o igual al 80%. Por consiguiente, en el caso de las preguntas donde se deba ordenar diferentes elementos, el valor dependerá del número de elementos existentes, es decir, el valor de rango intercuartílico (k) cambiará en función del número de elementos en la pregunta. Se logra un grado de consenso aceptable en el caso que deba ordenarse 3 elementos cuando $k=0$, en el caso que sean 5 elementos cuando $k \leq 1$, si son 6 elementos cuando $k \leq 1.5$, y si son 7 elementos cuando $k \leq 2$.

Hay que considerar la forma en la que se debe interpretar el orden asignado a los diferentes elementos en los casos de listas de ordenación. En estos casos, el orden de cada elemento depende del orden asignado a los demás elementos. Los resultados corresponden a un orden de jerarquía que constituyen puntuaciones relativas que indican un orden de preferencia. En consecuencia, no pueden tratarse como si se tratara de valores absolutos, es decir, un valor más alto de la Mediana o de la media, no significa que no sea valorado, sino que simplemente es menos valorado que los demás. Entonces, descartamos la opción de clasificar los elementos como de alta, mediana o baja importancia (Morales, 2011).

Para realizar el análisis de los datos, se ha previsto la posibilidad de ponderar y segmentar los resultados en función de determinadas variables incluidas en el cuestionario. Sin embargo, esta posibilidad se ha descartado, ya que como muestra la Tabla 5.5, además de que los valores son altos en las dos áreas del conocimiento, también son muy homogéneos. En todos los casos la Mediana es 8 y, por tanto, realizar la ponderación en función del grado de conocimiento no tendría ningún sentido.

Tabla 5.5: Grado de conocimiento de los expertos sobre los temas consultados en el cuestionario

Área de conocimiento	Académicos		Profesionales		Total Expertos	
	Mediana	No.	Mediana	No.	Mediana	No.
Economía Social	8	7	8	8	8	15
Creación de empresas	8	7	8	8	8	15
Total		7		8		15

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la edad de los expertos, como se muestra en la Tabla 5.6, la totalidad está distribuida entre los 20 y 59 años, el grupo más numeroso tiene entre 40 y 49 años y la proporción de académicos es más joven que los profesionales.

Tabla 5.6: Distribución del panel de expertos por edad

Edad	Académicos		Profesionales		Total Expertos	
	No.	%	No.	%	No.	%
20-29	1	14.3	-	-	1	6.7%
30-39	2	28.6	2	25.0	4	26.7%
40-49	3	42.9	4	50.0	7	46.7%
50-59	1	14.3	2	25.0	3	20.0%
60-69	-	-	-	-	-	0.0%
70-79	-	-	-	-	-	0.0%
Total	7	100	8	100	15	100.0%

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al género, existe un predominio del género masculino con el 66,7% frente al femenino con el 33.3%, especialmente en el perfil de profesionales donde el género femenino solo participa del 25%. Esto lo resume la Tabla 5.7. Cabe recalcar que no se ha buscado un equilibrio entre géneros, puesto que esta variable no afectará a las preguntas planteadas.

Tabla 5.7: Distribución del panel de expertos por sexo

Sexo	Académicos		Profesionales		Total Expertos	
	No.	%	No.	%	No.	%
Masculino	4	57.1	6.0	75	10.0	66.7%
Femenino	3	42.9	2.0	25	5.0	33.3%
Total	7	100	8.0	100	15.0	100.0%

Fuente: elaboración propia.

Se realiza el análisis de los resultados considerando las distintas variables y segmentándolos por el perfil de los participantes (académicos y profesionales) y también por su localización (españoles y ecuatorianos). Sin embargo, debido a que los criterios entre expertos españoles y ecuatorianos son muy homogéneos en la mayoría de los casos, solo se incluye su análisis y tabla cuando existen diferencias significativas.

5.4.2 El efecto de los emprendimientos sociales sobre los problemas sociales

En la segunda parte del cuestionario se ha pedido a los expertos que valoren los efectos que tienen los emprendimientos sociales, sobre una serie de problemas sociales. A los problemas sociales planteados originalmente, en el cuestionario de segunda ronda se han agregado otros aportados por los expertos participantes en la primera ronda.

Los expertos no respondieron a todas las cuestiones planteadas, solo 8 de los 15 participantes han respondido a todas y cada una de ellas; los restantes 7 han respondido solo a algunas.

Considerando el rango intercuartílico (k) como criterio para determinar el nivel de acuerdo del grupo, tal y como se aprecia en la Tabla 5.8, de los 15 problemas sociales sobre los cuales tiene efecto el emprendimiento social, se ha llegado a un grado aceptable de consenso en 11 de ellos.

Tabla 5.8: Distribución de la valoración de los expertos sobre los efectos del emprendimiento social sobre varios problemas sociales según perfil

Problemas sociales	Académicos		Profesionales		Total	
	M	K	M	K	M	K
Acceso a la vivienda	2.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0
Acceso a la asistencia sanitaria	3.0	1.0	4.0	1.0	3.0	1.0
Acceso a alimentos y agua	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	1.0
Acceso a medios de transporte	3.0	1.0	2.0	1.0	2.5	1.0
Acceso a la educación	4.0	1.0	4.0	2.0	4.0	2.0
Protección del medio ambiente	3.0	0.0	3.0	1.0	3.0	1.0
Acceso a bienes y servicios	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	1.0
Acceso al crédito	4.0	1.0	3.0	0.0	3.0	1.0
Creación de empleo	4.0	2.0	4.0	1.0	4.0	1.5
Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	0.0
Inserción de la mujer en el mercado de trabajo	5.0	1.0	3.5	1.5	4.0	2.0
Acceso a bienes y servicios culturales	3.0	1.0	2.0	0.0	2.0	1.0
Atención a personas en situación de dependencia	4.0	2.0	2.0	0.5	3.0	2.0
Asistencia técnica	2.0	1.0	2.0	0.0	2.0	0.0
Lucha contra la pobreza	4.0	0.5	3.5	1.0	4.0	1.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5.9: Distribución de la valoración de los expertos sobre los efectos del emprendimiento social sobre varios problemas sociales según localización

Problemas sociales	Ecuador		España		Total	
	M	K	M	K	M	K
Acceso a la vivienda	3.0	1.0	2.0	0.0	2.0	1.0
Acceso a la asistencia sanitaria	3.5	1.0	3.0	1.0	3.0	1.0
Acceso a alimentos y agua	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	1.0
Acceso a medios de transporte	3.0	0.0	2.0	0.0	2.5	1.0
Acceso a la educación	4.5	2.0	4.0	1.0	4.0	2.0
Protección del medio ambiente	3.0	1.0	3.0	2.0	3.0	1.0
Acceso a bienes y servicios	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	1.0
Acceso al crédito	4.0	1.0	3.0	0.0	3.0	1.0
Creación de empleo	4.0	0.0	4.0	3.0	4.0	1.5
Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos	4.0	0.5	4.0	0.0	4.0	0.0
Inserción de la mujer en el mercado de trabajo	5.0	1.0	4.0	1.0	4.0	2.0
Acceso a bienes y servicios culturales	3.0	2.0	2.0	0.0	2.0	1.0
Atención a personas en situación de dependencia	3.5	3.0	3.0	1.0	3.0	2.0
Asistencia técnica	2.5	1.5	2.0	0.0	2.0	0.0
Lucha contra la pobreza	4.0	1.0	4.0	1.0	4.0	1.0

Fuente: Elaboración propia

Como resultado del tratamiento estadístico se obtiene la siguiente clasificación de los efectos que tiene el emprendimiento social sobre los siguientes problemas sociales:

De alta importancia:

- Acceso a alimentos y agua
- Acceso a la educación
- Acceso a bienes y servicios
- Creación de empleo
- Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos
- Lucha contra la pobreza

De media importancia:

- Acceso a la asistencia sanitaria
- Protección del medio ambiente
- Acceso al crédito

- Atención de personas en situación de dependencia

De baja importancia:

- Acceso a la vivienda
- Acceso a los medios de transporte
- Acceso a bienes y servicios culturales
- Asistencia técnica

Se recalca que no ha sido posible llegar a un consenso aceptable sobre la valoración de los efectos que tiene el emprendimiento social sobre: el acceso a la educación, la creación de empleo, la inserción de la mujer en el mercado de trabajo y de la atención a las personas en situación de dependencia.

Aunque la creación de empleo ha sido encasillada dentro de los efectos que tienen alta importancia, existieron criterios muy dispersos en torno a su valoración. Entre los argumentos de algunos participantes para valorarla debajo de la Mediana (4) se menciona que los emprendimientos sociales por lo general constituyen pequeñas iniciativas y que el empleo proveniente de las empresas sociales, aunque a corto plazo es posible, no es sostenible, sobre todo si es dependiente de subvenciones y donaciones. Por otro lado, hay expertos que la valoran por encima de la Mediana, reconociendo la función social de reinserción de personas excluidas del mercado de trabajo. Es decir, aunque en términos cuantitativos, indudablemente, será el emprendimiento económico el que genere más empleo. Sin embargo, los emprendimientos sociales crean empleo para la inserción de personas, reconociendo la existencia de grupos que tienen escasas probabilidades de acceder al mercado de trabajo y que por tanto no pueden lograr unas condiciones básicas de bienestar. En consecuencia, cabe decir que los efectos que tienen los emprendimientos sociales no es solamente la creación de empleo, sino que van más allá de esto, pues contribuyen a la consecución de una sociedad más justa y cohesionada.

Realizando un análisis por perfiles, se encuentran una serie de divergencias que son significativas. En primer lugar, con respecto a la valoración que otorgan los profesionales al papel del emprendimiento social sobre la inserción de la mujer en el mercado laboral, justifican su valoración más baja a que indudablemente existen iniciativas que tratan de conseguir un diferencial de empleabilidad sobre la mujer, pero también existen otros emprendimientos sociales orientados hacia otros grupos, como pueden ser etnias o

personas con alguna discapacidad. En segundo lugar, con respecto a la atención de personas en situación de dependencia, algunos profesionales tienen la percepción que existen muy pocas iniciativas de emprendimiento social dirigidas a resolver los problemas de este sector, y que mayoritariamente recibe la atención de las Administraciones Públicas.

Realizando un análisis por localización de expertos, se encuentran algunas divergencias, aunque no son muy significativas. No obstante, llama la atención que estas divergencias constituyan únicamente valoraciones más altas de expertos ecuatorianos frente a las de expertos españoles.

Existen argumentos que pueden justificar el hecho que algunos de los efectos que tiene el emprendimiento social sobre algunos problemas sociales sean más valorados. Entre ellos, la valoración hacia el acceso a medios de transporte, puede corresponder a que en Ecuador, el transporte de pasajeros y de mercancías es provisto a través de 1770 cooperativas de servicios de transporte, que están registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria de Ecuador, hasta el año 2013. Mientras en España hasta el mismo año, solo se han registrado 213 cooperativas de transporte, según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Por otro lado, en Ecuador la alta valoración que se le da al emprendimiento social sobre el acceso al crédito, sin duda se debe a la estructura del sistema financiero ecuatoriano; sistema que está integrado por instituciones públicas y privadas y las que pertenecen a la Economía Popular y Solidaria, dentro de las cuales las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC) destacan por ser las más numerosas. Según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, hasta el año 2013 fueron registradas 946 COAC que cuentan con aproximadamente cinco millones de socios; adicionalmente, se estima que existen aproximadamente 12000 cajas y bancos comunales. Finalmente, mientras los expertos ecuatorianos valoran el acceso a la vivienda como de media importancia, sus similares españoles lo valoran como de baja importancia. La baja valoración sin duda se debe a los efectos de la reciente burbuja especulativa en el mercado inmobiliario español que sucedió entre los años 1997 y el 2008.

5.4.3 Factores generales que pueden afectar a la decisión de crear una empresa social

Para conocer el criterio del grupo de expertos con respecto a qué tipo de factores son los que juegan un rol de más importancia en la creación de nuevas empresas sociales, en el cuestionario se solicitó ordenar tres tipos de factores. Los resultados obtenidos, como muestra la Tabla 5.10, de mayor a menor importancia sitúan: en primer lugar, a la existencia de factores externos o del entorno; en segundo lugar, a la existencia de factores organizacionales que doten de recursos al emprendimiento; y finalmente las características individuales del emprendedor o de su equipo. Hay que recalcar que existen criterios muy distintos al respecto, ya que incluso luego de las dos fases, no se pudo obtener un nivel de consenso aceptable ($k=0$).

Del análisis estadístico realizado, se desprende que los factores externos o del entorno serían los más importantes. Sin embargo, existen criterios divergentes, sobre todo, en torno a la importancia de los factores organizacionales y de las características individuales del emprendedor. Por un lado, algunos expertos académicos sostienen que contar con las características individuales de emprendedor tiene más alta prioridad que contar con los recursos financieros, humanos y materiales; argumentan que el disponer de los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos no garantiza el éxito de ningún emprendimiento. En cambio, el contar con las características propias de los emprendedores, les permite conseguir diversidad de recursos, provistos por distintos agentes como las Administraciones públicas, redes colaborativas, amigos y familiares. Frente a estos argumentos, el criterio de un profesional, explica que desde la experiencia se conocen las dificultades que se presentan para conseguir todo tipo de recursos al emprender socialmente, por tanto, valora más el contar con ellos.

Tabla 5.10: Factores generales que afectan a la creación de empresas sociales

Factores generales	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
Características individuales	2º	2	2,00	2,0	3º	1	1,63	1,5	3º	2	1,80	2,0
Factores organizacionales	3º	2	1,86	2,0	2º	2	1,75	0,5	2º	2	1,80	1,0
Factores del entorno	1º	2	2,14	2,0	1º	3	2,63	0,5	1º	3	2,40	1,0

Fuente: elaboración propia.

No se muestra el análisis por localización de los expertos, debido a que los criterios de los dos grupos son muy homogéneos.

5.4.4 Los factores del entorno en la creación de empresas sociales.

A partir de la revisión de la literatura se ha determinado la existencia de seis tipos de factores del entorno que inciden en la decisión de iniciar la creación de una nueva empresa social. Las respuestas de los expertos participantes sitúan los factores en el siguiente orden.

En primer lugar, de importancia a los valores culturales, entendidos como la percepción que tiene la sociedad respecto a: la valoración del emprendedor social y de las empresas sociales, la viabilidad de crear una empresa social, la percepción de la existencia de necesidades sociales no satisfechas, la concienciación de protección hacia el medio ambiente y la valoración del sistema económico vigente.

En segundo lugar, de importancia, los expertos consideran que el contar con distintos mecanismos de apoyo a las empresas sociales, tanto en la etapa inicial como en la de consolidación, contribuiría no solo a que se creen nuevas empresas sociales, sino también facilitarían su supervivencia.

El tercer lugar, apuntan a que la existencia de programas educativos orientados a potenciar el fomento de las empresas sociales tiene un efecto positivo en la creación de nuevas empresas sociales. Sobre todo, destacan su importancia porque la educación puede vincularse con la creación de valores culturales, valores que en esta investigación han sido considerados determinantes en la creación de nuevas empresas sociales.

En cuarto lugar, los expertos participantes creen que la disponibilidad de instrumentos de financiación creados específicamente para este tipo de empresas que tienen características y necesidades particularidades, puede facilitar la creación de nuevas empresas sociales.

En quinto lugar, los expertos señalan que la creación de nuevas empresas sociales está relacionada con la existencia de redes sociales bien estructuradas entre organizaciones y empresas sociales, redes que generan intercooperación, visibilidad, acceso a recursos y otros procesos que fortalecen a sus integrantes.

En último lugar de importancia, los expertos consideran que la existencia de un entorno político-legal adecuado puede favorecer la creación de nuevas empresas.

Como se aprecia en las Tablas 5.11 y 5.12, no ha sido posible conseguir un nivel de consenso aceptable en ninguno de los factores propuestos, es decir que $k \leq 1.5$, debido a la existencia de discrepancias entre criterios de los participantes. Las más significativas, sin duda, son el caso que los académicos tienden a valorar mucho más las influencias del entorno político legal en la creación de empresas sociales y, por otro lado, sí se realiza un análisis considerando la localización de los expertos, como muestra la tabla 5.12, se aprecia que los expertos ecuatorianos tienden a dar mayor importancia a la existencia de un ambiente político legal en la creación de empresas sociales.

El criterio de algunos participantes apunta a que la existencia de un marco legal adecuado, sería responsable de solo una parte del nacimiento de nuevas empresas sociales, pero, contrariamente, un marco legal negativo será responsable en gran parte de que no surjan nuevas empresas sociales. Éstos expertos, recalcan la importancia que tiene el apoyo de las Administraciones Públicas para que a través de políticas públicas, se potencie el crecimiento y la permanencia de estas iniciativas.

Tabla 5.11: Factores externos determinantes en la creación de empresas sociales por perfil

Factores externos	Académicos				Profesionales				Total			
	N.ord	M	m	k	N.ord	M	m	k	N.ord	M	m	k
Redes sociales	6°	3	2,6	3,0	5°	3	2,9	2,0	5°	3	2,7	2,0
Entorno político legal	3°	5	3,9	4,0	6°	1	2,4	3,0	6°	2	3,1	4,0
Disponibilidad de instrumentos de financiación	5°	3	3,4	3,0	4°	4	3,5	2,5	4°	3	3,5	3,0
Programas educativos	4°	4	3,0	3,0	2°	5	4,0	3,5	3°	4	3,5	3,0
Mecanismos de apoyo	1°	5	4,1	4,0	3°	4	3,8	2,5	2°	4	3,9	3,0
Valores culturales	2°	5	4,0	4,0	1°	6	5,0	1,5	1°	5	4,5	3,0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5.12: Factores externos determinantes en la creación de empresas sociales por localización

Factores externos	España				Ecuador				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
Redes sociales	3°	4,0	3,0	2,0	6°	3,0	2,5	1,5	5°	3	2,7	2,0
Entorno político legal	6°	2,0	2,3	2,0	2°	5,0	3,8	4,5	6°	2	3,1	4,0
Disponibilidad de instrumentos de financiación	4°	3,0	3,4	2,0	5°	3,5	3,5	3,0	4°	3	3,5	3,0
Programas educativos	5°	2,0	3,1	5,0	3°	4,0	3,9	1,0	3°	4	3,5	3,0
Mecanismos de apoyo	2°	5,0	4,4	3,0	4°	3,5	3,5	3,0	2°	4	3,9	3,0
Valores culturales	1°	5,0	4,6	3,0	1°	5,5	4,5	3,0	1°	5	4,5	3,0

Fuente: elaboración propia.

a) La influencia de los valores culturales en la creación de empresas sociales

Los valores culturales han sido valorados como los más importantes dentro de las categorías de factores del entorno. Como parte de estos factores se han considerado las valoraciones y percepciones que tiene la sociedad y que consiguen afectar a la creación de empresas sociales. En todos los valores se ha logrado obtener un nivel de consenso aceptable ($k \leq 2$). En orden de importancia los expertos mencionan las siguientes:

En primer lugar, los expertos creen que la valoración positiva que tiene la sociedad de que las empresas sociales son capaces de resolver eficazmente problemas sociales, medioambientales y de la comunidad, aumenta la deseabilidad de crear una empresa social. En segundo lugar, interviene la percepción positiva que es viable crear empresas

con fines sociales, medioambientales y en favor de la comunidad. En tercer lugar, la valoración negativa de la sociedad sobre la capacidad que tienen los gobiernos o administraciones públicas para dar solución a los problemas sociales, medioambientales y de la comunidad, impulsan a crear nuevas empresas sociales para tratar de resolverlas. En cuarto lugar, la percepción negativa que tiene la sociedad con respecto al sistema económico mundial y sus efectos, impulsa a la sociedad a buscar alternativas al capitalismo que coloquen a las personas sobre el capital. En quinto lugar, la percepción de que existen necesidades sociales insatisfechas puede impulsar el deseo de crear empresas sociales; bajo este enfoque, las nuevas empresas sociales surgen como una respuesta clara de la sociedad que busca soluciones. En sexto lugar, la valoración positiva que tiene la sociedad con respecto a los emprendedores sociales, se relaciona directamente con la aceptación y creación de nuevas empresas sociales.

Finalmente, y asignándole la menor importancia, apuntan que la concienciación sobre los problemas del medio ambiente tiene un escaso efecto sobre la creación de empresas sociales; según el criterio de un experto, esto puede deberse a que la mayoría tratan de minimizar su impacto en el medioambiente, pero, sin embargo, no tienen como misión principal la protección del medio ambiente.

Realizando un análisis de la Tabla 5.13, se puede observar que existen algunas divergencias de criterios entre expertos de perfiles académicos y profesionales. Una de las más notorias es que los académicos tienden a valorar como más importante la percepción de que existen necesidades sociales insatisfechas como motivador para crear empresas sociales y por otro lado los académicos valoran como menos importante la percepción de que es viable crear empresas con fines sociales, medioambientales y en favor de la comunidad como factor que promueva la creación de una nueva empresa social.

Tabla 5.13: Valores culturales que afectan a la creación de empresas sociales por perfil

Valores culturales	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
Valoración positiva del empresariado social	6°	3	2,5	1,0	7°	1	1,4	1,0	6°	2	1,9	1,0
Percepción de existencia de necesidades sociales insatisfechas	2°	6	5,0	2,0	5°	3	3,0	1,0	5°	4	4,0	2,5
Concienciación sobre la protección del medio ambiente	7°	1	1,0	0,0	6°	3	2,3	1,5	7°	1	1,6	1,5
Valoración negativa respecto a la capacidad de los gobiernos para dar solución a todos los problemas sociales, medioambientales y de la comunidad	3°	5	5,3	1,0	3°	5	5,0	2,0	3°	5	5,1	2,0
Percepción negativa del sistema económico mundial y sus efectos	5°	4	3,7	3,0	4°	5	5,0	1,5	4°	4	4,4	1,0
Valoración positiva de que las Empresas Sociales son capaces de resolver eficazmente problemas sociales, medioambientales y de la comunidad	1°	7	6,2	1,0	2°	6	5,8	0,0	1°	6	5,9	0,0
Percepción positiva que es viable crear empresas con fines sociales, medioambientales y en favor de la comunidad	4°	5	4,5	3,0	1°	7	6,3	2,0	2°	6	5,5	2,0

Fuente: Elaboración propia.

No se muestra el análisis por localización de los expertos, debido a que los criterios de los dos grupos son muy homogéneos.

b) Los mecanismos de apoyo a la creación de empresas sociales

Entre los factores que desempeñan un papel importante en la creación de empresas sociales, los expertos participantes sugieren que la disponibilidad de ayudas y servicios de apoyo son necesarios para favorecer la creación de este tipo de empresas:

En primer lugar, consideran necesario que exista una oferta de servicios de seguimiento, asistencia y formación dirigidos a empresas sociales ya constituidas. Argumentan sus razones, en el hecho de que existen muchas empresas, independientemente de su tipo, que no sobreviven debido a problemas de gestión, problemas que sobretodo afectarían a pequeñas iniciativas que no cuentan con directivos cualificados.

En segundo lugar, creen que es necesario que se otorguen beneficios fiscales a las empresas sociales ya que desarrollan actividades de interés público. Esto además de constituir un estímulo, también constituiría una forma de compensar a estas organizaciones que compiten en el mercado con empresas capitalistas en desigualdad de condiciones.

En tercer lugar, algunos expertos señalan que uno de los primeros problemas que deberá afrontar un emprendedor social es el excesivo trámite en el proceso de creación de una empresa, y, por tanto, la reducción de los trámites administrativos para crear una empresa social, derribaría una barrera inicial, que sin duda afectará positivamente a la creación de empresas sociales.

En cuarto lugar, consideran que la existencia de viveros de empresas sociales constituye un mecanismo facilitador de la creación de nuevas empresas sociales. El soporte que pueden constituir tanto en la etapa inicial, en la que introducen a los emprendedores en el ecosistema del emprendimiento social, como en la etapa de consolidación, no solo constituye un incentivo para crear nuevas empresas sociales, sino que pueden aumentar el potencial de crecimiento y la permanencia de estas empresas.

Finalmente, en quinto lugar, los expertos coinciden en que la incorporación de criterios sociales y medioambientales a los balances económicos, tendría menor impacto en la creación de empresas sociales. Según el criterio de algunos participantes, la incorporación de estos criterios a los balances, servirá para comparar el impacto social y medioambiental que tiene cada empresa. Por tanto, su utilidad estaría orientada a diferenciar a las empresas por su impacto y también a la búsqueda constante para mejorar el impacto; sin embargo, impulsaría escasamente la función de crear nuevas empresas sociales.

Al observar la Tabla 5.14, se puede apreciar que los participantes han llegado a un nivel de consenso aceptable solamente en 2 de los 5 mecanismos propuestos. Es el caso de los beneficios fiscales como incentivos y en la incorporación de criterios sociales y medioambientales a los balances. Mientras otros mecanismos como la reducción de trámites administrativos, son mejor valorados por los académicos y los servicios de seguimiento, asistencia formación para empresas sociales son mejor valorados por los profesionales.

No se muestra el análisis por localización de los expertos, debido a que los criterios de los dos grupos son muy homogéneos.

Tabla 5.14: Mecanismos de apoyo que facilitan la creación de empresas sociales

Mecanismos de apoyo a la creación de ES	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
Incorporación de criterios sociales	5º	2	1,8	0,5	5º	1	1,3	0,0	5º	1	1,5	1,0
Existencia de viveros de E.S.	4º	2	2,4	1,0	3º	3	3,3	2,5	4º	3	2,9	2,0
Trámites administrativos reducidos	2º	4	3,1	3,0	4º	3	2,8	1,0	3º	3	2,9	2,0
Beneficios fiscales	1º	4	4,1	1,0	2º	4	3,8	1,5	2º	4	3,9	1,0
Servicios de seguimiento y asistencia	3º	3	3,9	2,0	1º	5	4,3	1,0	1º	4	4,1	2,0

Fuente: elaboración propia.

c) Los programas educativos en la creación de empresas sociales

Con respecto al tipo de programas educativos que pueden favorecer la creación de Empresas Sociales, según se aprecia en la Tabla 5.15, se consigue un alto grado de consenso, pues el 93% de los expertos creen que es prioritario desarrollar actitudes emprendedoras como las habilidades técnicas y personales a través del aprendizaje activo, descartando categóricamente que los programas orientados a sensibilizar sobre los problemas sociales puedan sean más importantes que desarrollar una actitud emprendedora. Los expertos consideran que las personas sensibilizadas con los problemas sociales son capaces de identificar claramente los problemas sociales, pero sin la actitud emprendedora necesaria no estarán dispuestos a crear una empresa social o si lo hacen esta empresa estaría destinada al fracaso. En cambio, el desarrollar una actitud emprendedora, implica identificar y afrontar los problemas que se interpongan en el proceso de creación de empresas.

Finalmente, un grupo reducido de expertos (7%), han mencionado que el concienciar sobre el bien común y el buen vivir puede favorecer la creación de empresas sociales.

Tabla 5.15: Programas educativos que favorecen la creación de empresas sociales

Programas educativos	%
Programas orientados a desarrollar actitudes emprendedoras	93%
A concienciar sobre el buen vivir y el bien común	7%
Programas orientados a sensibilizar sobre los problemas sociales	-
Desarrollar simultáneamente actitudes emprendedoras y sensibilizar sobre problemas sociales	-

Fuente: elaboración propia.

d) Instrumentos de financiación en la creación de empresas sociales.

Con respecto a los instrumentos de financiación que impulsan la creación de empresas sociales, se alcanza un nivel de consenso aceptable en la importancia que se asigna a cada instrumento mencionado, exceptuando el caso de los microcréditos en el que como indica la Tabla 5.16, los valores del rango intercuartílico (k) muestran que no se llega a un nivel de consenso aceptable.

De mayor a menor importancia los expertos han ordenado los diferentes instrumentos de financiación, que pueden impulsar la creación de empresas sociales de la siguiente manera.

En primer lugar, valoran la existencia de préstamos diferenciados para proyectos sociales, que otorguen condiciones más favorables que las que se puede conseguir con los créditos de la banca tradicional. En segundo lugar, se considera a los microcréditos como fuente de financiamiento para impulsar la creación de empresas sociales. Sin embargo, aclaran que su uso está limitado a iniciativas de tamaño muy reducido especialmente en el tercer mundo. En tercer lugar, consideran que nuevos mecanismos de financiación como la existencia de redes de financiación a través de Internet, conocido como *crowdfunding*, pueden afectar positivamente a la creación de todo tipo de empresas, sobre todo a aquellas que tienen fines sociales. En cuarto lugar, sitúan a las subvenciones y donaciones, aunque, según el criterio de algunos participantes las subvenciones pueden ayudar a mantener funcionando a este tipo de empresas, lo ideal, sería que sean autosustentables. En quinto lugar, ubican al capital riesgo social, aunque consideran que es una fuente de financiación que tiene alto potencial para apoyar los proyectos sociales y medioambientales, es aún una figura no muy conocida por los emprendedores sociales. Finalmente, dentro de los instrumentos de financiación, por sugerencia de algunos participantes se han incluido: la venta de servicios propios y la inversión directa de los ciudadanos, siendo estas fuentes las menos valoradas como incentivo para crear nuevas empresas sociales (véase la Tabla 5.16). No se muestra el análisis por localización de los expertos, debido a que los criterios de los dos grupos son muy homogéneos.

Tabla 5.16: Instrumentos de financiación que favorecen la creación de empresas sociales

Instrumentos de financiación	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N.ord	M	m	k	N.ord	M	m	k
Inversión ciudadanos	7º	1,5	1,8	1,5	7º	1,0	2,5	3,0	7º	1,0	2,1	1,5
Venta servicios propios	6º	2,0	3,0	3,0	6º	1,0	1,8	1,0	6º	1,0	2,3	1,0
Capital riesgo social	5º	3,0	3,9	2,0	5º	3,5	4,1	2,5	5º	3,0	4,0	2,0
Subvenciones donaciones	4º	4,0	4,4	1,0	4º	4,0	4,0	1,0	4º	4,0	4,2	1,0
Financiación colectiva (crowdfunding)	3º	5,0	4,6	2,0	3º	5,0	4,8	1,0	3º	5,0	4,7	2,0
Préstamos diferenciados para Empresas Sociales	1º	6,0	6,1	2,0	2º	6,0	5,4	1,0	1º	6,0	5,7	2,0
Microcréditos	2º	6,0	5,3	2,0	1º	6,5	5,6	3,0	2º	6,0	5,5	3,0

Fuente: elaboración propia

e) El establecimiento de redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales y la creación de empresas sociales.

Las redes sociales establecidas entre distintas organizaciones y emprendedores sociales, pueden influir en la decisión de crear empresas sociales debido a que permiten el acceso e intercambio de información y de bienes y servicios. Los expertos en orden de mayor a menor importancia han considerado las siguientes formas.

En primer lugar, valoran su papel como proveedoras de la información y el conocimiento útil. En segundo lugar, señalan que el apoyo de las redes para conseguir diversos tipos de recursos, como materiales y humanos, puede favorecer a crear nuevas empresas sociales. En tercer lugar, consideran necesario el apoyo de las redes sociales en la función de identificar oportunidades, facilitando el acercamiento de los emprendedores sociales con la problemática social. En cuarto lugar, las actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación conseguidas a través de redes están vinculadas a la creación de capital social, por tanto, afectarían positivamente a la creación de empresas. En quinto lugar, el conseguir legitimidad en las empresas sociales implica que sus actividades se encuentran en concordancia con sus normas y principios, lo que las hace más deseables y aceptadas y, por tanto, puede favorecer a la creación de nuevas empresas. Sin embargo, su legitimidad no puede conseguirse a través de las redes, sino que simplemente podrá ser difundida a través de ellas. Finalmente, el criterio de los expertos apunta que el establecer relaciones de intercambio comercial, a través de las redes, tendría un bajo efecto en la creación de nuevas empresas sociales.

Como muestra la Tabla 5.17, se ha conseguido un nivel de consenso aceptable en casi todas las funciones, a excepción de los casos de obtener acceso a los recursos y crear capital social. No se muestra el análisis por localización de los expertos, debido a que los criterios de los dos grupos son muy homogéneos.

Tabla 5.17: El papel de las redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales que favorecen a la creación de e empresas sociales

Las redes sociales	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
Crear capital social	4º	3	3,4	1,0	5º	2	2,2	2,0	4º	3	2,8	2,0
Para establecer relaciones comerciales	6º	2	1,5	1,0	6º	1	1,6	1,0	6º	1	1,6	1,0
Para legitimar su existencia	5º	3	2,3	2,0	4º	3	2,9	0,5	5º	3	2,6	1,0
Identificar oportunidades	3º	4	4,3	2,0	3º	4	4,0	0,0	3º	4	4,1	1,0
Obtener acceso a los recursos	2º	5	5,0	2,0	2º	5	4,9	0,5	2º	5	4,9	2,0
Facilitar acceso a la información y el conocimiento	1º	5	5,3	1,0	1º	6	5,6	0,5	1º	6	5,5	1,0

Fuente: elaboración propia

f) Las regulaciones legales que pueden afectar a la decisión de crear una empresa social

Los expertos han valorado en orden de importancia, algunos tipos de regulaciones legales que pueden favorecer la creación de empresas sociales.

En primer lugar, las regulaciones que corresponden a la fiscalidad de las empresas sociales son las que reciben una mayor valoración por parte de los expertos, algunos expertos mencionan que una regulación positiva generaría exenciones tributarias que constituirían un estímulo tanto en la etapa de creación como en la de consolidación de las empresas sociales.

Sitúan en segundo lugar de importancia a las regulaciones que afectan a la organización y funcionamiento de las empresas sociales y destacan sobre todo la importancia de que estas regulaciones no sean restrictivas, es decir que los marcos jurídicos no limiten la libertad de actuación de los emprendedores sociales.

En tercer lugar, colocan a las regulaciones legales que afectan a la auditoría o fiscalización de las empresas sociales. Los expertos sostienen que es importante que estas empresas

den cuenta de su actuación en temas de transparencia, eficacia y honradez, sobre todo si son beneficiarias de subvenciones y donaciones. Sin embargo, es importante que las exigencias de este proceso, no distraigan a los emprendedores sociales de su misión.

En cuarto lugar, sitúan a las regulaciones en la contabilidad de las empresas sociales e insisten que este factor tendría poco peso en la decisión de crear una empresa social.

En quinto lugar, sitúan a las regulaciones legales sobre la financiación de las empresas sociales como facilitadores de la creación de empresas sociales. Los expertos participantes indican que es suficiente que la normativa no sea negativa y constituya una barrera para acceder a la financiación.

En sexto lugar, ubican a las regulaciones legales en materia laboral que afectan a las empresas sociales.

Finalmente, en séptimo lugar y con menor importancia, establecen que la incorporación de cláusulas sociales en los contratos, podría incentivar la creación de empresas sociales.

Como muestra la Tabla 5.18, de los 7 tipos de regulaciones propuestas, se ha logrado llegar a un nivel de consenso aceptable²⁶ solo en 3 tipos de regulaciones: en las regulaciones sobre la fiscalidad o tributación, en las regulaciones de la Contabilidad y en las regulaciones que afectan la financiación de las empresas sociales.

Entre las discrepancias más representativas se mencionan que el segmento de los expertos profesionales valora menos las regulaciones sobre la contabilidad, debido a que consideran que el efecto que tienen las regulaciones legales en la contabilidad sobre la creación de empresas sociales es reducido, sobre todo ahora que responden a una normativa internacional. Por otro lado, valoran mejor las regulaciones legales que afectan a la auditoría de las empresas sociales, ya que jugarían un papel determinante, sobre todo si estas regulaciones fueran negativas, ya que desanimarían y establecerían barreras para la creación de empresas sociales.

Además, si se realiza un análisis por localización, representado en la Tabla 5.19, se observa que los participantes españoles tienen a valorar mejor a la incorporación de cláusulas sociales en los contratos que su contratante ecuatoriana.

²⁶ Considerando que existen 7 elementos a ordenar, se consigue un nivel de consenso aceptable cuando $k \leq 2$.

Tabla 5.18: Regulaciones legales que afectan a la creación de empresas sociales

Regulaciones legales	Académicos				Profesionales				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
En materia Laboral	7º	3	2,5	2,0	6º	3	3,2	4,0	7º	3	2,9	3,0
Incorporación cláusulas sociales en los contratos	6º	4	3,5	4,0	5º	3	3,7	3,0	6º	3	3,6	3,0
De la financiación	4º	4	4,3	3,0	4º	3	3,8	1,5	5º	3	4,0	2,0
De la contabilidad de las ES	5º	4	4,0	2,0	7º	3	2,8	2,5	4º	4	3,3	2,0
De la Fiscalidad/tributación de las ES	1º	6	6,3	1,0	2º	5	5,5	1,5	1º	6	5,9	2,0
De la Auditoria-Fiscalización de las ES	3º	5	4,3	3,0	1º	6	5,4	2,0	3º	6	4,9	3,0
De la organización y funcionamiento de las ES	2º	6	5,4	3,0	3º	5	5,0	3,0	2º	6	5,2	3,0

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.19 Regulaciones legales que afectan a la creación de empresas sociales por localización

Regulaciones legales	España				Ecuador				Total			
	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k	N. ord	M	m	k
En materia Laboral	7º	1	2,1	3,0	4º	4	4,7	4,0	6º	3	2,9	3,0
Incorporación cláusulas sociales en los contratos	4º	5	4,4	4,0	7º	1	1,0	2,0	7º	3	3,6	3,0
De la financiación	5º	3	3,7	1,0	6º	4	4,3	2,5	5º	3	4,0	2,0
De la contabilidad de las ES	6º	3	2,7	2,0	5º	4	3,9	0,5	4º	4	3,3	2,0
De la Fiscalidad/tributación de las ES	3º	5	5,4	1,0	1º	7	6,3	1,5	1º	6	5,9	2,0
De la Auditoria-Fiscalización de las ES	2º	6	4,7	4,0	2º	6	5,0	2,5	3º	6	4,9	3,0
De la organización y funcionamiento de las ES	1º	7	5,9	3,0	3º	5	4,6	2,5	2º	6	5,2	3,0

Fuente: elaboración propia

5.4.5 La forma jurídica de las empresas sociales

Los expertos fueron consultados también sobre la forma jurídica adecuada para crear una empresa social. Dentro de las opciones, además de las formas tradicionales de la Economía Social y de las formas de empresas capitalistas, se han incluido nuevas formas que han sido sugeridas por los expertos participantes: las Sociedades Limitadas de Interés General, y la opción de constituir un contrato de fideicomiso.

La mayor proporción de expertos se ha decantado en primer lugar por las cooperativas con un 38,1% de las preferencias. Y en segundo lugar por las asociaciones con un 23.8%, lo que muestra que las formas tradicionales de la Economía Social, son las formas más

aceptadas para constituir una empresa social. Por otro lado, el 14.3% considera que más allá de la forma jurídica que se adopte, lo importante es que la empresa social cumpla con su misión social o medioambiental, y, por tanto, la forma jurídica de este tipo de empresa no sería relevante. El 9.5% de los participantes defienden que las sociedades laborales serían la forma adecuada. Finalmente son mencionadas las sociedades limitadas y los contratos de Fideicomiso con un 4.8% en cada forma. Al parecer, la propuesta de la creación de la nueva forma jurídica de Sociedad Limitada de Interés General (SLIG), es aún muy poco conocida y no ha sido elegida por ninguno de los participantes. Como lo muestra la Tabla 5.20, no se llegó a un nivel de consenso aceptable.

Tabla 5.20: Forma jurídica adecuada para crear una empresa social

Forma jurídica adecuada	%
Cooperativas	38,1%
Asociaciones	23,8%
Fundaciones	4,8%
La forma jurídica es irrelevante	14,3%
Sociedades Anónimas	0,0%
Sociedades Limitadas	4,8%
Sociedades Limitadas de Interés General	0,0%
Sociedades Laborales	9,5%
Contrato de Fideicomiso	4,8%

Fuente: elaboración propia

6 APLICACIÓN DEL MÉTODO DEL CASO PARA CONTRASTAR LOS ENTORNOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE INSERCIÓN

6.1 Justificación y objetivos del estudio empírico

En este capítulo se intenta responder a la pregunta del porqué existen regiones en dónde se crea un mayor número de empresas de inserción. Para ello, se ha usado como estrategia metodológica un estudio múltiple de casos aplicado a los entornos institucionales de regiones geográficas diferentes, en el cuál se busca describir y contrastar los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas de inserción.

Este estudio complementa el análisis Delphi desarrollado en el capítulo anterior y toma como variables los factores institucionales formales e informales que los expertos participantes han señalado como determinantes en la creación de empresas sociales. Además, se han incluido dos variables adicionales que son recurrentemente consideradas en el análisis de la creación de empresas: el efecto de la globalización (Puerto, 2010; Bodemer, 1998; Mateus y Brasset, 2002; Avella Camarero y Fernández Barcala, 2008; Miralles Massanés, 2005; Castells, 1998) y el avance tecnológico (Veciana, 2005; Kantis y Ishida, 2002).; aspectos que pueden aportar oportunidades y amenazas a la iniciativa empresarial.

El objetivo fundamental del desarrollo de este capítulo es explorar la relación existente entre los factores institucionales formales e informales y la creación de empresas sociales. Los resultados obtenidos además de llenar un vacío en el estudio de la creación de empresas sociales, área en la que los trabajos empíricos son muy escasos, permitirán proveer información detallada para contrastar los entornos institucionales relacionados con la creación de empresas de inserción socio-laboral de cada uno de los territorios que son objeto de estudio y con ello avanzar hacia la consolidación de la Teoría Institucional de Douglass North como marco teórico adecuado para el análisis de la creación de empresas sociales.

Por otro lado, el estudio permitirá mostrar las fortalezas y debilidades de los entornos institucionales de las regiones geográficas que son objeto de estudio, análisis que servirá para crear condiciones que promueva la creación de empresas sociales.

6.2 Diseño del caso de estudio

Yin (2011) señala que cada método de investigación debe ser aplicado en situaciones específicas y para identificarlas se debe tener en cuenta tres condiciones: el tipo de pregunta que se busca responder, el control que tiene el investigador sobre los acontecimientos que estudia y la edad de los acontecimientos. Esto lo ilustra la Tabla 6.1.

Tabla 6.1: Matriz para la elección de un método de investigación social según las características del problema de interés

Método	Forma de la pregunta de investigación	¿Requiere control sobre los acontecimientos?	¿Se concentra en acontecimientos contemporáneos?
Experimento	¿Cómo? ¿Por qué?	Sí	Sí
Encuesta	¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cuántos?	No	Sí
Análisis de archivos	¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cuántos?	No	Sí/No
Historia	¿Cómo? ¿Por qué?	No	No
Estudio de casos	¿Cómo? ¿Por qué?	No	Sí

Fuente: Yin (2011)

Por lo tanto, considerando que la forma de la pregunta de investigación es de tipo por qué, por la ausencia de control de los acontecimientos y porque los acontecimientos son contemporáneos, se ha considerado que la aplicación del método del caso sería la apropiada. Además, (Yin 2003, 2013) asegura que el método del caso se ajusta correctamente al objetivo de la investigación cuando se persigue la ilustración, representación, expansión o generalización analítica de un marco teórico y no la mera enumeración de frecuencias de una muestra o grupo de sujetos que constituye una generalización estadística.

Para el desarrollo del método del caso se consideran varias unidades de análisis; por lo tanto, en correspondencia a lo que sostiene Yin (2003), su sentido será de tipo incrustado o encajado. La selección de unidades de análisis se ha realizado observando dos criterios: el tipo de empresa social y la ubicación geográfica.

Sobre el tipo de empresa social, nos decantamos por las empresas de inserción socio-laboral o de inserción por lo económico, por ser en palabras de Melián y Campos (2010), la respuesta más clara de la SS.CC. a los problemas de la exclusión socio-laboral, siendo consideradas a nivel europeo como las entidades más representativas de las empresas

sociales²⁷. Por otro lado, en esta investigación se analizan los entornos institucionales de dos Comunidades Autónomas españolas que tienen diferentes niveles de desarrollo en la creación de EI (Cataluña y Comunidad Valenciana) y el entorno institucional ecuatoriano. En primer lugar, se analiza el entorno institucional de Cataluña, tomado como caso de éxito por ser la Comunidad Autónoma española dónde mayor desarrollo e implantación tienen las empresas de inserción²⁸. En segundo lugar, se analiza el entorno institucional de la Comunidad Valenciana, comunidad en la que las EI están aún en una fase incipiente²⁹; además, se ha elegido este territorio por proximidad de análisis de investigación, lo que facilita el acceso a la información sobre los casos seleccionados. En tercer y último lugar, se analiza el entorno institucional ecuatoriano dónde existen escasas iniciativas que tienen como prioridad la inserción socio-laboral de colectivos vulnerables. La inclusión de esta región geográfica en este estudio se debe a la facilidad de acceso a la información. También se considera que al incluir esta región, el estudio se enriquece ya que aporta nuevos elementos a considerar dentro del análisis y por otro lado otorga un carácter más universal al estudio. En la Tabla 6.2 se aporta información respecto al número de EI creadas.

²⁷Entidades que a partir de ahora serán identificadas de forma abreviada como EE.II.

²⁸Según la memoria social 2014 presentada por la Federación de Asociaciones Empresariales De Empresas de Inserción (FAEDEI), en Cataluña se encontraban registradas 60 EE.II.

²⁹Según la memoria social 2014 presentada por la Federación de Asociaciones Empresariales De Empresas de Inserción (FAEDEI), en la Comunidad Valenciana solo existen registradas 7 EE.II.

Tabla 6.2 Empresas de Inserción creadas hasta el año 2014 en cada región

Región	No. EI
Cataluña	60
Comunidad Valenciana	7
Ecuador	n/d

Fuente: elaboración propia a partir de información proporcionada por FAEDEI

Con respecto del número de casos, este trabajo de investigación se define como un estudio múltiple de casos, descartando la utilización del caso único. La decisión sobre el número de casos que se adopta es discrecional y considera la dificultad que representa el manejo y volumen de los datos. Por tanto, esta investigación se decanta hacia un número reducido de casos, tal como recomienda Balbastre (2001).

En la selección de los casos que forman parte de este estudio se consideró pertinente incluir a entidades con experiencia y conocimientos en el ámbito de la inserción laboral de personas en situación o peligro de exclusión y que previamente han mostrado disponibilidad para participar en el estudio. Por ello, las entidades participantes para cada uno de los tres territorios que son objeto de estudio están integrados por empresas de inserción, por entidades promotoras de empresas de inserción o por entidades que hayan estudiado la viabilidad de constituir una empresa de inserción (EE.II.). Las entidades participantes en este estudio quedan configuradas como se representa en la Tabla 6.3.

Tabla 6.3: Organizaciones participantes por territorio

Territorio	Entidad	Directivo
Cataluña	Fundación Ared, promotora de la empresa de inserción Salta	María Elena Alfaro Bellati
	Fundación El Tres Turons, promotora de la empresa de inserción Passar Via	Enric Massana Xarrié
Comunidad Valenciana	Reciplana Recuperacions, Empresa de Inserción	José Carlos Seguer Queral
	Fundación Nova Feina, estudió la viabilidad de crear una empresa de inserción en Alicante	José Redondo Sánchez
Ecuador	Fundación Fine, promotora de Panadería el Tulipán	Yolanda Ortiz Carranco
	Fundación María Amor, Promotora de la Asociación Mujeres con Éxito	Yolanda Padilla
	Fundación Salesiana PACES, promotora de Emprendimientos Juveniles	Edgar Gordillo

Fuente: elaboración propia

Como estrategia para obtener información sobre el entorno institucional relacionado con la creación de EI se utiliza una entrevista en profundidad dirigida a los directivos de cada una de las entidades participantes. Las entrevistas han sido realizadas desde abril hasta julio del año 2015. El uso de la entrevista en profundidad en el contexto de la investigación que llevamos a cabo, tiene como objetivo recoger información cualitativa para describir cómo cada una de las entidades ha afrontado los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de EI que están presentes en cada territorio. La información será detallada y prestará atención a la experiencia de cada entidad participante.

Como paso anterior a la elaboración de las entrevistas, ha sido necesario realizar un guión que recogiera los principales temas que son objeto de la investigación y así facilitar la interacción entre las personas entrevistadas o informantes³⁰. Cabe recalcar que la propuesta del guión no implica que la conversación se ajuste estrictamente al esquema desarrollado, sino que se usará para orientar sobre los temas delimitados por los objetivos de la investigación como lo sugiere Gordo y Serrano (2008).

³⁰ El guión se encuentra incluido en el Anexo 6.

Por otro lado, se requiere obtener información interna de las EI, para lo cual se ha diseñado una ficha de caracterización de empresas de inserción, la cual se cumplimentará a través de un breve cuestionario con preguntas cerradas y se complementa con información de fuentes secundarias que han sido consultadas previamente a la entrevista en profundidad.

6.3 Organizaciones participantes

6.3.1 Fundaciones promotoras y EI en Cataluña

a) La Fundación ARED y Salta, empresa de inserción

La Fundación ARED nace en 1994, con la misión de conseguir la inclusión social y laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad, principalmente integradas por mujeres procedentes de centros penitenciarios y de servicios sociales. En el año 2006, promueve la creación de “Salta, Empresa de Inserción”, motivada en primer lugar por la existencia de la legislación que regula el funcionamiento de las empresas de inserción a nivel de la Comunidad Catalana³¹, en la que la nueva figura de empresa de inserción era la apropiada para denominar la actividad fundacional productiva. En segundo lugar, se da también la motivación económica, ya que existía la oferta del soporte económico que era necesario para la actividad que ya realizaba la Fundación ARED. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.4.

³¹ Ley de Medidas Legislativas para Regular las Empresas de Inserción Sociolaboral del 20 de diciembre de 2002 promulgada por la Generalitat de Cataluña.

Tabla 6.4: Ficha de caracterización de Salta Empresa de Inserción S.L.

1. Nombre:	Salta Empresa de Inserción S.L.	
2. Dirección:	Calle Zamora, 103-105	
3. Localidad:	Barcelona	
4. País:	España	
5. Teléfono:	933513386	
6. Web:	http://www.fundacioared.org	
7. Correo electrónico:	ared@fundacioared.org	
8. Contacto:	a) Nombre	María Elena Alfaro Bellati
	b) cargo	Directora Fundación ARED
9. Inicio de actividades:	2006	
10. Forma jurídica:	Sociedad Limitada	
11. Productos y/o servicios:	Confección, catering	
12. Entidad promotora:	Fundación ARED	
13. Ámbito actuación:	Barcelona	
14. Objeto social:	Facilitar la integración social y la incorporación laboral de personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral, mediante la realización de actividades socio-educativas y otras de carácter económico, etc.	
15. Colectivo en inserción:	Personas en situación de exclusión, especialmente mujeres procedentes de centros penitenciarios y de servicios sociales	
17. Tipo de contratos aplicados:	Contratos indefinidos y contratos de inserción	
18. Pertenencia a Redes:	FEICAT, FADEI	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias.

b) La Fundación Els Tres Turons y la El Passar Via

La creación de la Passar Vía S.L., como empresa de inserción socio-laboral responde a que la Fundación El Tres Turons ha trabajado desde hace treinta años a favor de la inserción social y laboral de personas con enfermedad mental. Por tanto, la creación de Passar Via fue vista como una oportunidad para que las personas que eran atendidas en la Fundación tuvieran la oportunidad de obtener autonomía, sentirse útiles y ser reconocidos por la sociedad. Entonces la Fundación se planteó dos alternativas: la primera sería crear un centro especial de empleo y la segunda crear la empresa de inserción.

Finalmente, la Fundación se decantó por la fórmula de empresa de inserción por dos razones: la primera es que esta fórmula era más inclusiva, mientras que en los centros especiales de empleo se excluyen a personas con una discapacidad menor al 33% o a quienes por prejuicio no obtenían el certificado de discapacidad. En segundo lugar, por

la transitoriedad, pues la fundación considera que la empresa de inserción debe ser un espacio de tránsito hacia la empresa ordinaria y quienes trabajan en el proceso de inserción en ese tiempo tienen la obligación de capacitarlos al máximo dentro de los tres años que se establece en la Ley. En cambio, en un centro especial de empleo las personas pueden permanecer todo el tiempo que deseen, lo que en algunos casos podría afectar negativamente a su desarrollo, haciendo que su situación se vuelva crónica. Finalmente, la figura de empresa de inserción también permite que las personas puedan acceder a mejores salarios, puesto que se aplica el marco legislativo en el cuál se especifica el convenio propio de cada actividad, lo que hace que tengan un ingreso que les permita tener autonomía, mientras que en los centros especiales de empleo se paga un salario mínimo. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.5.

Tabla 6.5 Ficha de caracterización de la empresa de inserción Passar Via S.L.

1. Nombre:	Passar Via S.L.	
2. Dirección:	Calle Farnes, 15	
3. Localidad:	Barcelona	
4. País:	España	
5. Teléfono:	934204394	
6. Web:	http://passarvia.cat	
7. Correo electrónico:	enric.massana@els3turons.org	
8. Contacto:	a) Nombre	Enric Massana
	b) cargo	Director
9. Inicio de actividades:	1998	
10. Forma jurídica:	Sociedad Limitada	
11. Productos y/o servicios:	Gestión de domiciliación de compras, mantenimiento de jardines y trabajos forestales; subtitulación y audio descripción de contenido audiovisual para facilitar el acceso de personas con discapacidad sensorial	
12. Entidad promotora:	Fundación Els Tres Turons	
13. Ámbito actuación:	Barcelona	
14. Objeto social:	Su objetivo es favorecer el tránsito al mercado de trabajo ordinario a personas con dificultades de inserción laboral, mediante su capacitación laboral y un apoyo individualizado.	
15. Colectivo en inserción:	Personas que tienen dificultades para acceder al mercado ordinario de trabajo, especialmente de enfermos mentales	
16. Tipo de contratos aplicados:	Contratos de inserción	
17. Pertenencia a Redes:	FEICAT, FAEDEI	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias.

6.3.2 Fundaciones promotoras y EI de la Comunidad Valenciana

a) La Fundación Tots Units y Reciplana Recuperacions, Empresa de inserción

La Fundación Tots Units está ubicada en la ciudad de Villareal, de la provincia de Castellón, fue creada en el año 1990 por Cáritas Diocesana de Segorbe-Castelló y la Confederación Castellonense de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMEC). La fundación tiene como misión luchar contra la exclusión social y laboral de forma permanente. La Fundación Tots Units es la entidad promotora de Reciplana Recuperacions, de la que también es su única socia. Las motivaciones que en el año 2010 llevaron a constituir la empresa de inserción en primer lugar, fueron aprovechar la oportunidad de desarrollar las

actividades económicas necesarias para cumplir con el objetivo de insertar laboralmente a personas en situación de vulnerabilidad, en un marco más empresarial, pero a la vez estando cerca de la Fundación. El conseguir la individualización de las actividades productivas de las actividades formativas permitió incorporar un necesario espacio fundamental laboral, en dónde se reprodujeran al máximo todas las situaciones que se dan en la empresa normal, alineados a dar ese último empujón a las personas que vienen de procesos de inserción, personas que tienen muchos déficits, hacia su integración en el mercado laboral normalizado. En segundo lugar, la Fundación Tots Units a través de proyectos para el fomento de empleo del Fondo Social Europeo³², realizaron visitas a Alemania y a Francia para conocer las iniciativas europeas denominadas como EI que estaban funcionando, lo que motivó a que la fundación apostara por promover la creación de Reciplana Recuperacions y para que más tarde en conjunto con Cáritas Diocesana y con asociaciones a nivel estatal impulsarán la creación de una ley de EI en la Comunidad Valenciana. Sus características se encuentran resumidas en la Tabla 6.5.

³² El Fondo Social Europeo (FSE) es uno de los fondos estructurales de la Unión Europea, creado en 1957 para promover el empleo y el desarrollo de los recursos humanos en todos los países de la Unión Europea.

Tabla 6.6: Ficha de caracterización de la empresa de inserción Reciplana
Recuperacions S.L.

1. Nombre:	Reciplana Recuperacions S.L	
2. Dirección:	Calle Miralcamp, 81	
3. Localidad:	Villareal-Castellón	
4. País:	España	
5. Teléfono:	964 53 38 76	
6. Web:	www.reciplana.com	
7. Correo electrónico:	direccio@reciplana.com	
8. Contacto:	a) Nombre	José Carlos Seguer Queral
	b) cargo	Director
9. Inicio de actividades:	nov-10	
10. Forma jurídica:	Sociedad Limitada	
11. Productos y/o servicios:	Gestión de residuos como papel, cartón, plásticos, textiles y otros materiales reciclables	
12. Entidad promotora:	Fundación Tots Units	
13. Ámbito actuación:	Castellón	
14. Objeto social:	Conseguir que las personas con problemas de integración laboral, con carencias socioeconómicas, laborales o formativas recuperen su puesto en la sociedad, además de su contribuir al cuidado del medioambiente a través de la gestión adecuada de los residuos	
15. Colectivo en inserción:	Personas que tienen dificultades para acceder al mercado ordinario de trabajo	
16. Tipo de contratos aplicados:	Contratos de inserción	
17. Pertenencia a Redes:	FAEDEI, AVEI	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias.

b) La Fundación Nova Feina

La Fundación Nova Feina se constituye en la Comunidad Valenciana en el año 2004 y surge de los procesos de ampliación de los colectivos de atención y de los procesos de profesionalización de la Asociación de Fomento y Creación de Empleo Juvenil (AFOCEJ), asociación conformada por jóvenes en situación de desempleo que buscaba ayudarse a sí mismos y a otros jóvenes en la búsqueda de empleo que se constituyó en el año 1988 en el municipio de Quart de Poblet.

La razón de ser de Nova Feina es promover la inclusión social a partir del acceso al empleo estable, digno y desde una responsabilidad social compartida, ofreciendo

servicios integrales de información, orientación, formación, intermediación laboral y acompañamiento en el empleo. Aunque Nova Feina actualmente no es promotora de ninguna empresa de inserción, su misión está vinculada directamente con la inserción socio-laboral de personas vulnerables por lo que ha participado, junto con otras organizaciones, a desarrollar de un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de inserción en el sector de servicios de atención en Alicante³³. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.7.

³³El estudio de viabilidad lo desarrolla la Fundación Nova Feina con la Ayuda de la Concejalía de Acción Social del Ayuntamiento de Alicante, con el soporte de Enclave Social y con la participación de profesionales vinculados a diferentes organizaciones relacionados con la inclusión socio-laboral como AVEI, Impulsa Alicante, Fundación Secretariado Gitano, Centro Surco – Hijas de la Caridad, Fundación Salud y Comunidad, FEVECTA; las empresas sociales de Proyecto Lázaró, Povinet-Sercoval y Apuntadas SL; investigadores universitarios de las Universidades Miguel Hernández de Elche y de Valencia (IUDESCOOP); de las empresas de inserción como Integras-tú de la Asociación Alanna, Cuidamos personas de la Fundación Gaztelan en Pamplona.

Tabla 6.7: Ficha de caracterización de Fundación Nova Feina

1. Nombre	Fundación Nova Feina	
2. Dirección	C/ Aparejador Antonio Monzón 11 – Bajo	
3. Localidad	Quart de Poblet- Valencia	
4. País	España	
5. Teléfono	34 96 512 55 99	
6. Web:	www.novafeina.org	
7. Correo electrónico	coordinacion.alicante@novafeina.org	
8. Contacto	a) Nombre	José Redondo Sánchez
	b) cargo	Director
9. Fecha de inicio de actividades	1-feb-04	
10. Forma jurídica	Fundación	
11. Productos y/o servicios	Orientación e inserción de personas en situación o riesgo de exclusión social, orientación, formación, intermediación laboral, acompañamiento en el empleo, gestión de servicios de empleo juvenil para administraciones locales.	
12. Entidad Promotora	n/d	
13. Ámbito actuación	Comunidad Valenciana	
14. Objeto social	Promover la incorporación social y el acceso al mercado de trabajo de personas en riesgo de exclusión social, mediante actuaciones integrales en materia de inserción laboral, información, orientación, formación, intermediación laboral y acompañamiento en el empleo.	
15. Colectivo en inserción	Personas en situación o peligro de exclusión	
16. Tipo de contratos aplicados	Intermediación laboral	
17. Pertenencia a Redes	n/d	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias

6.3.3 Fundaciones promotoras y las iniciativas para la inserción laboral de personas en situación vulnerable en Ecuador

a) La Fundación para la Integración del Niño Especial y Panadería El Tulipán

La Fundación para la Integración del Niño Especial (FINE), se constituyó bajo la forma jurídica de fundación, el 29 de septiembre de 1992, fecha a partir de la cual se dedica a la capacitación de personas con multi-discapacidad (intelectual, física y sensorial). En sus inicios, la fundación se mantuvo funcionando gracias a las donaciones de personas que apadrinaban a las personas discapacitadas. Sin embargo, desde el año 2006, frente a la

necesidad de obtener recursos financieros adicionales, se crea adscrita a la fundación, una unidad productiva dedicada a la panadería a la que le denominan “El Tulipán”, en donde se elabora productos como panes, galletas, tortas y chocolates.

Los procesos de inserción laboral están orientados tanto a personas con discapacidad como a sus familiares. Las motivaciones que llevaron a crear la Fundación y posteriormente la unidad productiva, en primer lugar, han sido sobre todo de vocación y servicio y, en segundo lugar, el conocer las experiencias de EI que funcionaban con éxito en País Vasco. FINE actualmente trabaja en 3 áreas diferentes: la primera, destinada a conseguir la vida independiente de las personas con discapacidad, la segunda área está relacionada con la terapia ocupacional y la última, constituye una unidad productiva de panadería que funciona dentro de las instalaciones físicas de la misma fundación. La implementación de la unidad productiva de la panadería se constituyó para dotar de un espacio físico que permita la preparación laboral adecuada, tanto para personas con discapacidad como para sus familias, actividad que promueve la promoción de las personas con discapacidad en la sociedad y las empodera a través de generar autoconfianza y esperanza en el grupo. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.8.

Tabla 6.8 Ficha de caracterización de Panadería El Tulipán de la Fundación para la Integración del Niño Especial

1. Nombre E.I.:	Panadería el Tulipán	
2. Dirección:	Calle San José y Pasaje 1. S/N	
3. Localidad:	Pomasqui -Quito	
4. País:	Ecuador	
5. Teléfono:	22350223	
6. Web:	http://www.fundacionfine.com	
7. Correo electrónico:	fundacionfine@hotmail.com	
8. Contacto:	a) Nombre	Yolanda Ortiz Carranco
	b) cargo	Directora
9. Inicio de actividades:	sept-1992 (constitución de FINE)	
10. Forma jurídica:	Fundación	
11. Productos y/o servicios:	Producción de productos de panadería, galletería y pastelería	
12. Entidad promotora:	Fundación para la Integración del Niño Especial	
13. Ámbito actuación:	Pichincha	
14. Objeto social:	La "Fundación para la Integración del Niño Especial", tiene por fin y objetivo principal impulsar el desarrollo y bienestar de las personas con discapacidad e implementar centros que le permitan una mayor integración a la sociedad	
15. Colectivo en inserción:	Personas con múltiples discapacidades	
16. Tipo de contratos aplicados:	Convenios de cooperación entre empresas y fundación	
17. Pertenencia a Redes:	FENODIS, FEPADEM (área de la discapacidad)	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias

b) La Fundación María Amor y los emprendimientos de la Asociación Mujeres con éxito

La Pastoral Social, con el apoyo de Caritas Voralberg de Austria y del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Cuenca, en respuesta a las necesidades de la población y en particular de las mujeres, inicialmente creó la Casa de Acogida María Amor para brindar acogida a mujeres y a sus hijos que han sido víctimas de violencia intrafamiliar. Posteriormente, en el año 2010, deja de pertenecer a la Pastoral Social y se convierte en la Fundación María Amor.

La misión bajo la que es concebida la organización es ser un espacio de referencia que aporta a la construcción de una nueva cultura de género basada en una ética de convivencia social, justa, solidaria, y democrática. Su visión es brindar acogida, acompañamiento y atención integral a las mujeres y sus hijos e hijas que viven situaciones de violencia intrafamiliar (Guerra 2012).

Entre los servicios que ofrece la fundación, se incluyen la acogida a las mujeres y a sus hijos afectados, en un espacio sin violencia, brindando asistencia psicológica, social, legal y de salud. También desarrolla talleres para mejorar la autoestima de las mujeres, talleres de derechos humanos y ciudadanos. También brindan alojamiento y alimentación.

La motivación para impulsar la creación de la Asociación Mujeres con Éxito, se debe a que la Fundación María Amor, al trabajar con personas víctimas de violencia, advierte que es necesario alejar a estas personas de los lugares en donde han sufrido situaciones de violencia y esto no era posible hasta que éstas logren una autonomía completa. Para ello, la Fundación María Amor busca alternativas y una de las respuestas es capacitarlas y acompañarlas para que sean capaces de obtener ingresos que les permita sostener económicamente a ellas y a sus hijos. De allí nace la idea de impulsar la creación de una iniciativa productiva para prestar servicios de lavandería y de cafetería, con el propósito de insertar a las mujeres víctimas de violencia que han superado los procesos de formación y acompañamiento provisto por un equipo multidisciplinar de la fundación.

La Fundación María Amor, al carecer de los recursos económicos necesarios para afrontar obligaciones, que legalmente corresponden al existir una relación de dependencia, por pago de salarios y por aportes a la seguridad social de las mujeres que trabajan en las unidades productivas, optó por que la iniciativa tomara la forma jurídica de asociación, pero en todo momento tutelada por la fundación. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.9.

Tabla 6.9: Ficha de caracterización de la Asociación Mujeres con Éxito

1. Nombre:	Asociación Mujeres con Éxito
2. Dirección:	Baltazara de Calderón 2-26 y Miguel Vélez.
3. Localidad:	Cuenca
4. País:	Ecuador
5. Teléfono:	2834139
6. Web:	n/d
7. Correo electrónico:	casamariamor@gmail.com
8. Contacto:	a) Nombre Yolanda Padilla
	b) cargo Directora
9. Inicio de actividades:	2007
10. Forma jurídica:	Asociación
11. Productos y/o servicios:	Lavandería, cafetería, catering
12. Entidad promotora:	Fundación María Amor
13. Ámbito actuación:	Azuay
14. Objeto social:	Somos un espacio de referencia que aporta la construcción de una nueva cultura de género basada en una ética de convivencia social, justa, solidaria, y democrática
15. Colectivo en inserción:	Mujeres víctimas de violencia
16. Tipo de contratos aplicados:	No hay relación de dependencia, quienes trabajan están asociadas
17. Pertenencia a Redes:	Solo relacionados al tema de la violencia intrafamiliar

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias

c) La Fundación Salesiana PACES y los emprendimientos juveniles

La Fundación Salesiana Programa Artesanal de Capacitación Especial Salesiana (PACES), inicia sus labores en el año 1988, dirigiendo sus esfuerzos para resolver problemas relacionados con poblaciones callejeras y niños trabajadores en la ciudad de Cuenca. Este proyecto se ha integrado como parte de la política de vinculación con la colectividad que tiene la Universidad Politécnica Salesiana³⁴.

³⁴Información tomada de su portal web: <http://paces.org.ec/index.php/quienessomos/antecedentes>, con fecha 29 de mayo del 2015.

La Fundación Salesiana PACES organiza su trabajo educativo en torno a dos áreas: trabajo de la calle y capacitación para el trabajo-inserción laboral.

La fundación define su misión como: “Somos una comunidad educativo pastoral salesiana, fieles al Sistema Preventivo de Don Bosco y conscientes de la realidad que viven los niños y niñas, adolescentes y jóvenes trabajadores en situación de alto riesgo; estamos comprometidos en la promoción y acompañamiento de procesos educativos integrales de calidad con una pedagogía laboral emprendedora y solidaria, desde la formación, garantía, ejercicio y defensa de sus derechos, para el fortalecimiento de su ciudadanía e incidencia sociopolítica y un calificado profesionalismo en la vocación de nuestros educadores y educadoras” (Anon n.d.). PACES ha asumido el compromiso de atender a jóvenes en situaciones de riesgo, sean: callejeros, desempleados, migrantes, refugiados, con problemas de consumo de droga y a madres adolescentes, entre otras.

Los proyectos de emprendimiento impulsados por PACES nacen porque es evidente que no solo hay que atender las consecuencias, sino que hay que enfocarse en las causas, por lo que apostaron por desarrollar un proyecto de capacitación para el trabajo o inserción laboral, que tiende a impulsar el emprendimiento en distintas áreas, siempre con su acompañamiento técnico. Actualmente está impulsando la constitución de una empresa que presta servicios relacionados con la construcción, la cual está en fase de constituirse legalmente, aunque PACES acompaña en todas las etapas a los jóvenes, se busca que esté dirigida de forma asociativa por los mismos jóvenes. Las características de esta entidad se encuentran resumidas en la Tabla 6.10.

Tabla 6.10: Ficha de caracterización el emprendimiento juvenil impulsados por la Fundación Salesiana PACES

1. Nombre:	Emprendimientos juveniles	
2. Dirección:	Calle Vieja y Turuhuayco	
3. Localidad:	Cuenca	
4. País:	Ecuador	
5. Teléfono:	2863038	
6. Web:	www.paces.org.ec	
7. Correo electrónico:	egordillo@ups.edu.ec	
8. Contacto:	a) Nombre	Edgar Gordillo
	b) cargo	Director
9. Inicio de actividades:	1995	
10. Forma jurídica:	Asociación	
11. Productos y/o servicios:	Terminados de construcción, fabricación de muebles, mecánica automotriz, instalaciones eléctricas, sanitarias y de gas.	
12. Entidad promotora:	Fundación Salesiana PACES	
13. Ámbito actuación:	Azúay	
14. Objeto social:	“...insertos en la realidad que viven los/as Niños/as Adolescentes y Jóvenes Trabajadores y en situación de alto riesgo; estamos comprometidos en la promoción y acompañamiento de procesos educativos integrales de calidad con una pedagogía laboral emprendedora y solidaria, desde la formación, garantía, ejercicio y defensa de sus derechos; para el fortalecimiento de su ciudadanía e incidencia sociopolítica y un calificado profesionalismo en la vocación de nuestros/as educadores/as.”	
15. Colectivo en inserción:	Jóvenes en situación vulnerable	
16. Tipo de contratos aplicados:	No hay relación de dependencia, quienes trabajan están asociados	
17. Pertenencia a Redes:	Solo a nivel de Comunidad Salesiana	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos del cuestionario aplicado a directivos de empresas sociales y de fuentes secundarias.

6.4 Resultados del estudio cualitativo sobre el entorno institucional relacionado con la creación de empresas de inserción.

En este apartado se presentan los resultados cualitativos del estudio empírico obtenidos a través de la aplicación del método del caso. En coherencia con el objetivo general, este análisis se realiza a la luz de la Teoría institucional de Douglass North y consiste en describir y contrastar la influencia de cada uno de los factores, formales e informales,

relacionados con la creación de empresas de inserción socio-laboral en cada territorio que es objeto de estudio, factores que se presentan en la Tabla 6.11.

Tabla 6.11: Factores institucionales analizados en cada región

Instituciones informales	Instituciones formales
Percepción sobre la valoración que la sociedad otorga a las EI	Mecanismos de apoyo no económicos en la creación de EI
Percepción de que las EE.II pueden participar en el mercado	Los programas educativos relacionados con la creación de EI
Percepción sobre el agente que tiene la responsabilidad de resolver problemas sociales	Instrumentos de financiación disponibles para las EI
Componentes sociales y culturales relacionados con la creación de las empresas de inserción	Existencia de redes sociales
Valoración de los efectos que tiene el avance tecnológico en las EI	La legislación en la creación de EI
Valoración de los efectos que tiene la globalización en las EI	

Fuente: elaboración propia considerando los resultados del análisis Delphi desarrollado en el capítulo anterior.

6.4.1 El entorno institucional informal

6.4.1.1 Percepción sobre la valoración que la sociedad otorga a las EE.II.

Dentro de los factores institucionales informales relacionados con la creación de EI, se plantea como postulado que la valoración positiva que la sociedad tiene sobre ellas puede motivar la creación de las mismas. Sin embargo, producto del análisis de los criterios de los directivos de las entidades participantes, se advierte que solo quienes tienen conocimiento sobre estas iniciativas las valoran positivamente, es decir, existe una relación directa entre el conocimiento de qué son y lo qué hacen las EI y la valoración positiva que la sociedad otorga a las mismas.

A pesar que la figura de EE.II. en Cataluña ha sido reconocida en un primer momento por la Ley 27/2002, de 20 de diciembre, de Medidas Legislativas para Regular las Empresas de Inserción Socio-laboral de la Generalitat de Cataluña y luego por la Ley Estatal 44/2007 de 13 de diciembre, para la Regulación del Régimen de las Empresas de Inserción, en los casos de las EI catalanas Salta y Passar Via, se reconoce que este factor

no ha sido el que ha motivado la creación de las EE.II. debido a que gran parte de la sociedad catalana desconoce qué son las EE.II. Tanto la directora de la Fundación Ared, promotora de la EI Salta y el director de Passar Via señalan que son las mismas EI las responsables, porque no han sabido comunicar efectivamente la labor que realizan, pues están dedicando todos sus esfuerzos en la ejecución y gestión de las EI y han descuidado la comunicación. No obstante, tienen la convicción que si toda la sociedad estuviera mejor informada sobre las EI las valorarían de forma positiva.

La directora de la Fundación Ared, promotora de Salta, señala que quienes conocen sobre las EI son principalmente personas que han sido beneficiarias de sus acciones, sus allegados y personas relacionadas con entidades de Economía Social u otras organizaciones con fines sociales. De ahí que las familias que tienen hijos con discapacidad conocen sobre los Centros Especiales de Empleo; las personas en situación de pobreza y sus familiares cercanos, conocen sobre las EI o sobre algún tipo de cooperativa; incluso cree que muchas personas desconocen la labor de las fundaciones u otras organizaciones con fines sociales, hasta que pasan de una situación normalizada hacia una situación de vulnerabilidad y por lo tanto requieren algún tipo de ayuda. En la misma línea, el directivo de Passar Via reitera la falla en la comunicación y también advierte que no existe un modelo de EI potente, que sea tomada como referente y genere una imagen positiva que beneficie al conjunto de EE.II.

En la Comunidad Valenciana, este factor tampoco estaría alentando a la creación de nuevas EE.II. En el caso de Reciplana Recuperacions, su director señala que la labor de todas las empresas sociales solo es reconocida por una menor parte de sociedad y, por lo tanto, una gran parte de la sociedad, por la falta de una comunicación eficaz desconoce qué son y que hacen las EI, y en consecuencia no puede valorarlas positivamente. Sin embargo, su director indica que cuando se hacen esfuerzos para explicar lo que hacen, las personas responden positivamente al igual que la mayoría de las personas que han culminado el itinerario de inserción, demostrando agradecimiento porque se sienten con mayor capacidad para ingresar en el mercado laboral normalizado. En la misma línea, el directivo de Nova Feina expresa “En general existe un gran desconocimiento, te estoy generalizando, hablo de toda España. Hay varios motivos, evidentemente la primera responsabilidad es del propio sector, siempre la parte de la comunicación es una de las áreas que nos falla. Estamos en la acción, en la ejecución, en la gestión y una de patas que

tenemos más cojas es la comunicación, pero cuando eso se da a conocer, sí que se valora por parte de la sociedad”.

En Ecuador, la valoración de las EI al igual que las regiones antes analizadas, está condicionada por la visibilidad que la sociedad tiene sobre las EE.II. Sin embargo, en el caso de Ecuador existen aún más barreras que dificultan que la sociedad valore positivamente a estas iniciativas. Entre las principales causas se pueden mencionar en primer lugar, la falta de una categorización equivalente a las EE.II. debido a que la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, no reconoce ninguna forma específica de organización solidaria que tiene como misión la inserción socio-laboral de personas en condiciones vulnerables. Actualmente, estas iniciativas que evidentemente constituyen prácticas solidarias, son agrupadas junto con otras iniciativas individuales o asociativas que no organizan sus objetivos alrededor de valores solidarios. Es decir, ni siquiera existe una distinción entre lo que es la economía popular individual o asociativa y lo que es Economía Solidaria. Ésta falta de identificación dificulta la cuantificación de estas iniciativas dedicadas a la inserción socio-laboral en Ecuador. En segundo lugar, estas iniciativas no han sido capaces de agruparse y constituir redes. Estas razones hacen que las EI permanezcan casi desapercibidas por la sociedad y por lo tanto sean poco valoradas.

Los testimonios de la directora de la Fundación Fine y de la Fundación María Amor, entidades promotoras de Panadería el Tulipán y de la Asociación Mujeres con Éxito, señalan que estas iniciativas son poco conocidas en el Ecuador, incluso entre ellas mismas. Sin embargo, creen que quienes conocen en detalle la labor que realizan las EI, las valoran muy positivamente.

La directora de FINE señala que quienes valoran la labor que realizan estas iniciativas son generalmente las personas beneficiarias y sus familiares, aunque todavía existen personas que no aceptan a las personas con discapacidad, aun siendo parte de su familia; para ellos, todas las instituciones les parecen pésimas y los programas insuficientes.

Sobre la valoración, la directora de la Fundación María Amor indica que dentro de otras causas para que la sociedad ecuatoriana no valore positivamente a las empresas de inserción se pueden citar: en primer lugar, las iniciativas que realizan inserción socio-laboral en Ecuador son casi invisibles por la desatención de la AA.PP. En segundo lugar, porque se relaciona a las EI con ONG, organizaciones que no gozan de buena imagen en

el país, debido a que algunas han incurrido en el mal manejo de fondos y en la falta de transparencia, hecho que ha salpicado a todo el sector. Finalmente, porque los procesos necesarios para que una persona en situación de vulnerabilidad logre ser insertada en el mercado laboral normalizado, requiere esfuerzo a largo plazo, pero al no existir resultados visibles a corto plazo no son destacados y, por lo tanto, son poco valorados.

El director de la Fundación Salesiana Paces, señala que esta labor no es suficientemente valorada, puesto que existe prejuicio hacia el grupo que atiende la Fundación, entre ellos: personas con problemas de alcoholismo, drogadicción, personas que viven en la calle, ex reclusos, entre otros. Opina que parte de la sociedad niega a este grupo la oportunidad de superarse.

Aunque en las tres regiones analizadas se considera que el desconocimiento de la sociedad sobre la labor de las EE.II. no está favoreciendo a la valoración positiva de las mismas. Sin embargo, existen elementos que nos hacen creer que es un factor institucional relevante en la creación de EE.II., pues en Cataluña es notorio que existe un mayor nivel de conocimiento sobre este tipo de empresas debido a que en esta región se reconoció con anterioridad la forma de empresa de inserción socio laboral. Siguiendo la misma lógica, sería la Comunidad Valenciana la segunda región mejor valorada, aunque en la región se han creado pocas EI, la figura de EI ha sido ya reconocida por la legislación autonómica y estatal. Por último en Ecuador este factor sería menos provechoso para la creación de EE.II., debido a la falta de un reconocimiento expreso de la forma de EE.II., además de la existencia de elementos que afectan negativamente a la valoración de las EE.II., entre ellas la imagen negativa que afecta a todas las organizaciones con fines sociales y a que la sociedad ecuatoriana al no ver los resultados inmediatos, tiende a desestimar la labor de éstas iniciativas y a los procesos de inserción aplicados en las personas en situación o riesgo de exclusión.

6.4.1.2 La percepción de que las EE.II. pueden participar en el mercado

En este apartado el desarrollo teórico expuesto parece sugerir que el acceso al mercado puede propiciar la creación de nuevas EE.II., ya que estas iniciativas, para garantizar su viabilidad y supervivencia, deben incorporar modelos de gestión que permitan obtener beneficios empresariales, para ello compiten en el mercado con empresas capitalistas, atendiendo a dos perfiles de clientes: al sector público y al sector privado. Las compras que realiza el sector público a empresas sociales se denomina compra o contratación

pública responsable y será analizada posteriormente dentro de los mecanismos de apoyo no económicos a la creación de EE.II. Por otro lado, la acción de demandar bienes o servicios de empresas sociales se denomina consumo responsable y éste será abordado en este apartado.

En Cataluña, con respecto a la demanda de productos ofrecidos por las EI, mayoritariamente no está basada en el consumo responsable o el valor social que estos productos incluyen. En el caso de Salta, ésta enfoca su estrategia en conseguir la preferencia de los consumidores a través de ofrecer un producto de calidad a un segmento de mercado que es más sensible. El criterio de la directora de Ared, apunta que en primer lugar las personas valoran la calidad y luego el valor social que incluye y dice: *“La gente no estaría dispuesta a pagar 40 euros por esta bata sabiendo que incluye valor social, si está bien hecha, sí”*. Como información adicional menciona que quienes contratan a las EI, tienen la percepción que los precios de sus productos deberían ser más baratos, porque las EI son beneficiarias de subvenciones. Por otro lado, Passar Via, ha visto disminuidas las oportunidades ya que ha tenido que afrontar la reducción en la contratación tanto pública como privada debido a los recortes presupuestarios derivados de la crisis económica española. Como ejemplo el directivo cita que Passar Via ofrece el servicio de limpieza de vidrios en tiendas, pero fruto de la crisis algunos clientes han dejado de demandarlo, porque han asignado esta tarea a sus propios empleados. El factor que le ha permitido acceder al mercado ha sido la calidad del trabajo, porque cree que no se puede permitir que una empresa no preste un servicio con un criterio mínimo de calidad, incluso teniendo una misión social que cumplir. Entonces cree que conseguir la preferencia de los consumidores es una tarea igual de difícil para todo tipo de empresas. Sostiene que hay que diseñar un buen plan de empresa, ofrecer un buen producto y fidelizar a los clientes, para afrontar un entorno cada vez más competitivo. Adicionalmente, menciona que algunas empresas privadas, que compiten en el mercado con las EI, tienen la percepción de que las EI al recibir ayudas y subvenciones, participan en el mercado en condiciones favorables, incluso ejerciendo un comportamiento anticompetitivo.

En la Comunidad Valenciana, Reci plana Recuperacions, ha logrado cierto éxito en las tiendas de segunda mano que forman parte de la iniciativa y que están plenamente identificadas como una empresa con fines sociales. Sin embargo, su director señala que no distingue si puede atribuirse a la responsabilidad social, al cuidado del medio ambiente

o a la relación calidad precio. Señala además que la mayoría de consumidores no se cuestiona realizar un consumo responsable, en parte por la escasa oferta que productos procedentes de empresas sociales. Por otro lado, el directivo de Nova Feina señala que existe sensibilidad social o simpatía hacia las iniciativas sociales. Pero. *“falta dar el paso a que esto se convierta en un consumo responsable, un consumo consciente, decir voy a primar en mis compras a este tipo de iniciativas, sí que puede existir una cierta predisposición, algo que por ejemplo que se ha mantenido, pese a la crisis, es la Responsabilidad Social Empresarial, así que existe una cierta sensibilidad en ese sentido”*.

En Ecuador, no existe una preferencia de la sociedad por demandar productos provenientes de EE.II., lo que no favorece la creación de iniciativas que generan empleo para colectivos vulnerables. Por un lado, la Panadería El Tulipán, ha tenido mucha dificultad para acceder al mercado porque además de existir una competencia agresiva por parte de empresas capitalistas que cuentan con molinos propios, maquinaria y centros propios de expendio, cuenta serias debilidades como el hecho de no disponer de un punto de venta que lleva a la Panadería el Tulipán vender sus productos en bares de colegios, en empresas con productos estacionales y en supermercados. La directora de FINE indica que la cadena de supermercados más grandes del país distribuye los productos como marca blanca y en otros supermercados aunque llevan la marca de “El Tulipán”, no colocan el producto en lugares de más alta visibilidad; pero en ninguno de los casos se permite indicar que aquellos productos son elaborados por personas con discapacidad y que mediante la compra de los mismos se realiza un consumo responsable a favor de personas vulnerables. Todo esto implica renunciar a conseguir posicionar la marca y a no explotar el valor social implícito en el producto

Por otro lado, los servicios ofrecidos por la Asociación Mujeres con Éxito tienen mayor aceptación de los extranjeros, quienes incluso están dispuestos a pagar un precio mayor una vez que conocen que los ingresos favorecen al grupo de mujeres víctimas de violencia, mientras que la mayoría de ecuatorianos, solo considera el precio y no el valor social implícito. La directora de la Fundación promotora indica que los ecuatorianos no son consumidores socialmente responsables. Por otro lado, los emprendimientos juveniles promovidos por la Fundación Salesiana PACES al igual que en las otras iniciativas, la falta de conciencia social de los consumidores no promueve la creación de

nuevas EE.II. El director de PACES señala que la mayoría los consumidores no muestran preferencia por consumir productos procedentes de empresas sociales, sino prefieren acudir a tiendas de grandes superficies, como ejemplo cita la experiencia en la venta de regalos por el día de la madre en uno de los mercados de la ciudad, en los que han tenido poca acogida. Otra dificultad que deben sortear todas las empresas sociales, es la percepción que las personas tienen sobre ellas: el directivo dice “.....*Son empresas de pobres, son empresas que pueden hacer trabajos pequeños, sí todavía, lo cual para mí no vendría a ser un reconocimiento, todavía estamos en un proceso, no quiero desmerecer todo el esfuerzo y el trabajo que hacen muchos actores a nivel público y privado, gente que se pone en una relación mucho más horizontal, creo que allí está el éxito de la empresa social, vista no como una empresa que está en el patio trasero, claro en una sociedad de mercado la empresa privada que es la que aporta con más capital es la que más funciona, pero la empresa social está sentada más en base de solidaridad, que está sentada en bases comunitarias quizá todavía no está tan valorada*”. Aun así, Paces ha apostado por emprendimientos en el área de la construcción que con el apoyo de profesionales de la Universidad Salesiana están en proceso de constituirse.

En resumen, el criterio de los directivos de los tres territorios que son objeto de estudio, coincide en el hecho que el acceso al mercado es una tarea difícil para todas las empresas y más aún para las empresas sociales. Algo que ha sido mencionado recurrentemente en cada territorio es la falta de una cultura de practicar un consumo responsable. Además, hay coincidencia entre los criterios de los directivos de Reci plana Recuperacions y PACES con respecto a que la sociedad cree que las empresas sociales tienen carencias que las hacen ineficaces y que los productos que ofrecen tienen inferior calidad que los productos que ofrece la empresa tradicional capitalista.

Entre las diferencias encontradas se menciona el hecho de que las EE.II de Cataluña y de la Comunidad Valenciana reciban ayudas económicas hace que surjan especulaciones con respecto a que los algunos usuarios de EI consideran que los precios de los productos o servicios provenientes de EI deben ser inferiores a los precios de empresas normalizada y por otro lado, algunas empresas suponen que están participando en el mercado en condiciones competitivas desfavorables frente a las EE.II Esta situación no se aprecia en Ecuador ya que las ayudas económicas son casi inexistentes.

6.4.1.3 Percepción sobre cuál es el agente que tiene la responsabilidad de responder a las necesidades sociales

En este análisis se considera que la percepción de que la SS.CC. a través de organizaciones con fines sociales puede dar respuesta a las necesidades sociales afecta positivamente a la creación de las EE.II.

En Cataluña la SS.CC. se ha caracterizado por tener una tradición de establecer iniciativas con el objeto de satisfacer las diversas demandas sociales. Así lo corrobora el informe realizado por el Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones presentado en el año 2011, en el que se muestra que Cataluña es el domicilio estatutario de 2917 Fundaciones, lo que la convierte en la Comunidad Autónoma española con el mayor número de fundaciones, le sigue la Comunidad de Madrid con 2816 fundaciones, muy por atrás Andalucía con 1447 fundaciones y la Comunidad Valenciana con 885 fundaciones.

Este factor ha afectado positivamente a la creación de las EI participantes en Cataluña, ya que como paso previo a la creación de Salta y de Passar Vía, sus fundaciones promotoras Ared y Els Tres Turons, aún sin un marco jurídico, ya venían trabajando en la inclusión socio-laboral de colectivos vulnerables. La directora de la Fundación Ared, señala que la SS.CC. en Cataluña siempre ha tomado la iniciativa y han demostrado la capacidad de aportar positivamente a la solución de muchos problemas. Luego de la acción de la SS.CC., éstos esperan la intervención de la AA.PP.. Como muestra de aquello señala que en los años noventa del siglo pasado en Cataluña se constituyeron muchas fundaciones, convirtiéndola en la comunidad española con mayor número de fundaciones, posteriormente algunas de estas fundaciones motivadas por la aparición de la legislación de EI autonómica y por el apoyo de organizaciones de segundo nivel crearon más de 54 EE.II.

La Fundación El Tres Turons antes de la creación de Passar Vía, a través de asociaciones o de la misma fundación ya apostaba por la inserción laboral de personas con enfermedades mentales, inició con una imprenta llamada Entintat, además creó talleres de cocina y de costura orientados a personas en situación vulnerable, servicios que luego pasaron a constituir parte de los Servicios de Rehabilitación Comunitaria, debido a que los mismos usuarios que demandaban estos servicios, exigieron que se crease este tipo de centros. El directivo de Passar Vía expresa que en Cataluña ha existido un componente social importante que ha fomentado la creación de organizaciones alternativas desde

cooperativas de consumo hasta banca ética y otros servicios que no se encuentran en el mercado.

Al igual que en Cataluña, en la Comunidad Valenciana, Las EI están promovidas por entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro que tengan como objeto la inserción socio-laboral. En el caso de Reciplana se ha beneficiado de la experiencia acumulada por la Fundación Tots Units, la que a través de la creación de la EI podría desarrollar actividades económicas necesarias que permitan cumplir con el objetivo que es la inserción socio-laboral de personas en situación vulnerable. Por lo tanto, las respuestas de la SS.CC. frente a la exclusión socio-laboral de colectivos vulnerables favorecieron en primer lugar a la creación de la Fundación Tots Units y luego en la creación de Reciplana Recuperacions. Por otra parte, Nova Feina que tiene 27 años de experiencia en la intervención socio-laboral ha visto una oportunidad y está analizando la factibilidad de crear una EI, por lo tanto, se deduce que el conocimiento de que la SS.CC. organizada puede aportar con soluciones a favor de la inclusión socio-laboral de personas en situación o peligro de exclusión.

El directivo de Reciplana, señala que, aunque la mayoría de la sociedad espera que sea la AA.PP. la que aporte soluciones a los problemas sociales, hay personas, como él mismo, que creen que es necesaria la participación de la misma sociedad para plantear soluciones. Por otro lado, el directivo de Nova Feina señala que desde su visión particular los problemas deben recibir respuestas desde la corresponsabilidad ya que todos deben aportar a la solución de los problemas sociales, pasando desde el propio sujeto que tiene la necesidad, las organizaciones sociales, la AA.PP., el sector empresarial y de los ciudadanos que a través de acciones diarias pueden contribuir o agravar las demandas sociales.

Las iniciativas ecuatorianas al igual que las iniciativas mencionadas anteriormente, también son promovidas por fundaciones. En el caso de Fine, nació con la idea de crear soluciones que faciliten la inclusión de las personas con discapacidad del país, pero más que el sentido de responsabilidad, la principal motivación para su creación ha sido subsanar la desatención de la AA.PP. hacia las personas con discapacidad para lo cual se plantó crear una unidad productiva que constituye la panadería El Tulipán, que a más de constituir un taller de capacitación para el grupo que atiende, busca hacer sostenible el proyecto. La directora de FINE señala, que la AA.PP. no está asumiendo apropiadamente

las responsabilidades con los discapacitados. De hecho, no existe una ley de dependencia, sino que las ayudas a las personas con discapacidad son canalizadas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social que entrega a las personas en situación vulnerable, incluyendo a los discapacitados, el denominado Bono de Desarrollo Humano³⁵ para tratar de cubrir un piso básico de protección. Para la directora de Fine estas medidas generan un paternalismo hacia la AA.PP., que incluso ante una situación de crisis pueden ser reducidos o suprimidos, dejando en total desamparo a este grupo. Por otro lado, la Fundación María Amor impulsó la creación de la Asociación Mujeres con Éxito para lograr la autonomía de las mujeres que eran víctimas de violencia en sus propios hogares. La directora de la Fundación María Amor, dice: "...nosotros como Fundación María Amor, pensamos que el tema de trabajar la violencia a la mujer debería ser tratada por el estado. Recién con este gobierno se empieza a trabajar, sin embargo, todavía no ha asumido la responsabilidad de trabajar en la violencia...." Es decir, desde la visión de Fundación, han asumido un rol que le corresponde desempeñar la AA.PP. En el caso de la Fundación Salesiana PACES, su director señala que sienten que la sociedad ecuatoriana todavía espera que sea la AA.PP la responsable de dar solución a los problemas sociales que afectan a los jóvenes. Pero, personalmente cree que la responsabilidad es compartida entre la AA.PP, la SS.CC., y dentro de ella, instituciones como la iglesia las que pueden ejecutar obras solidarias altruistas.

En conclusión, considerando la experiencia de las EI participantes, se observa que la sociedad catalana a través de las EI, generan iniciativas para cubrir las demandas sociales no satisfechas de grupos vulnerables, luego esperan la intervención de las AA.PP. a través de la creación de mecanismos de apoyo, para que finalmente estas acciones sean incluidas dentro de las prestaciones sociales públicas. En la misma línea, se observa que las experiencias de la Comunidad Valenciana, asumen parte de la responsabilidad de cubrir las demandas sociales de las personas en situación vulnerable en corresponsabilidad con la AA.PP. y las empresas. A las anteriores iniciativas se suma la iniciativa ecuatoriana de los Emprendimientos Juveniles, que como parte de la SS.CC. asume parte de la

³⁵ El Bono de Desarrollo Humano es un subsidio directo que fue creado en el año 1998 con el nombre de "bono solidario" y con el objeto de compensar la eliminación del subsidio al gas y a la energía eléctrica, sus beneficiarios fueron personas con bajos ingresos, entre ellos madres de familia en situación vulnerable, ancianos y personas con discapacidad.

responsabilidad de crear soluciones para responder a las demandas sociales. En cambio, la visión de las Fundaciones ecuatorianas promotoras de la Panadería el Tulipán y de la Asociación Mujeres Con Éxito, señala que al crear las iniciativas productivas han asumido un rol que le corresponde a la AA.PP., pero frente a las necesidades de los grupos que atienden y a la desatención de la AA.PP., la han tenido que asumir. Por lo tanto, existe una marcada diferencia con respecto a la motivación de crear las EI, mientras en Cataluña y en la Comunidad Valenciana las iniciativas surgen como parte de la responsabilidad que tiene la SS.CC. para resolver los problemas sociales. Mientras que las iniciativas ecuatorianas, Panadería El Tulipán y la Asociación Mujeres con Éxito, han sido creadas para paliar las necesidades sociales de grupos vulnerables, asumiendo el rol que le corresponde a la AA.PP., pero que no lo asume.

Finalmente, sobre la percepción que en general tiene la sociedad sobre quién tiene la responsabilidad de cubrir las necesidades sociales. Los directivos de las iniciativas catalanas señalan que es la misma SS.CC.. Las iniciativas de la Comunidad Valenciana, tiene criterios divididos, mientras la una indica que es la SS.CC., la otra indica que el criterio dependerá del perfil de las personas a quién se pregunte. Finalmente, en Ecuador, los directivos de las tres iniciativas señalan que la sociedad ecuatoriana responsabiliza a la AA.PP.

6.4.1.4 Componentes sociales y culturales relacionados con la creación de EI

En el análisis de este apartado se toma como premisa que la valoración y percepción que tiene la sociedad con respecto a la empresa social o a sus efectos guardan relación con la creación de EE.II.

En Cataluña, se ha identificado varios componentes culturales que en su mayor parte han sido aprovechados positivamente por las EI participantes. En el caso Salta, la Fundación Ared, su entidad promotora, identifica un componente cultural importante en Cataluña es la existencia de asociaciones para apoyar muy distintas causas: afectados de enfermedades raras, asociaciones de vecinos para recuperar edificios, etc. Es decir, la sociedad catalana tiende a asociarse para tratar de satisfacer variedad de necesidades. También señala que una característica de los catalanes es su espíritu emprendedor y su perseverancia en el trabajo, por ello, algunos catalanes perciben que no están recibiendo todo el apoyo que deberían en relación a lo que aportan, esto ha desencadenado en las propuestas independistas de ciertos grupos. Otra característica de los catalanes que puede relacionarse con la creación de EI, es que a pesar que se reconoce que existe una importante cultura asociativa, las asociaciones al tener diferentes intereses y prioridades se dispersan, lo que hace que las organizaciones sociales en Cataluña tiendan a estar atomizadas. En el caso de Passar Via, su director explica que iniciativas como la creación de la EI y de la Fundación Els Tres Turons surgen de la existencia de una cultura asociativa en Cataluña, en dónde es la propia sociedad la que crea espacios para dar respuesta a diferentes situaciones, que probablemente tiene origen a que existe una menor implicación de la AA.PP. que en otras regiones.

Mientras que las iniciativas de la Comunidad Valenciana: Reciplana, no distingue un componente cultural específico que haya promovido la creación de EI: El director de Reciplana, cree que el hecho de que en la Comunidad Valenciana solo existan 5 y se estén constituyendo 2 EI, frente a las casi 50 EI de País Vasco, se debe a que existe menos apoyo institucional de la AA.PP.. Por otro lado, el directivo de Nova Feina menciona que en la Comunidad Valenciana existe una mayor predisposición hacia el emprendimiento, precisa: “... *sí que somos un pueblo con una sensibilidad cultural, creativa, de iniciativa, que una parte de ese emprendimiento tenga un sesgo social, también puede haberlo, información exacta no lo sé comparativamente, pero sí que existe y que somos un pueblo emprendedor*”. También considera que Quart de Poblet ha sido durante los

últimos 30 años una población referente en asociatividad, lo que favoreció para que se crearán iniciativas como Nova Feina y otras que promueven la creación de empleo a través de formas de emprendimiento social.

En cambio, en Ecuador, En el caso de la Fundación Fine, su directora ha identificado varios componentes culturales que afectarían negativamente a la creación de EE.II. El primer componente negativo es la actitud de superioridad del hombre sobre la mujer que ejercen algunos ecuatorianos, componente cultural que afectaría al emprendimiento de estas iniciativas llevas a cabo por mujeres sobre todo que pertenecen a clases sociales bajas, las que tendrían una dificultad añadida debido a que sus parejas exigen la dedicación exclusiva al hogar, inclusive en algunos casos no se permite que la mujer se prepare académicamente más que el hombre. Otro componente cultural que distingue, resultado de la experiencia de trabajar con personas con discapacidad, es la existencia de un prejuicio hacia estas personas; señala que hay muchos casos en que las personas con discapacidad no son aceptadas ni siquiera por sus propios familiares. Finalmente, los ecuatorianos ante un problema álgido y sin contar con recursos, no tienden a asociarse, sino que tienden a resolver sus necesidades a través de una entidad creada, sea un hospital público una fundación.

Por otra parte, de la experiencia de la Asociación Mujeres con Éxito se explica que culturalmente los ecuatorianos no valoran el trabajo social realizado por las distintas entidades. La directora de la Fundación María Amor, dice: *“...por ejemplo, en la cafetería, que comenzamos recién, una persona extranjera valora mucho el servicio y la parte del trabajo social. Nosotros le hablamos del trabajo y del aporte que hacen a estos grupos familiares, se motivan y vienen, mientras que un ecuatoriano no ve mucho esa parte, viene por el servicio, si está bien regresa, también mira mucho el precio”*

En cambio, el Director de Paces, entidad promotora de los emprendimientos juveniles, señala que uno de los componentes culturales que propician la creación de estas iniciativas es la presencia de lazos comunitarios muy fuertes que están muy arraigados, especialmente en las personas provenientes del campo, en dónde se colabora en el trabajo sea en familia o entre familias, a través de prácticas como *“la minga”*³⁶. No obstante,

³⁶ La *minga* o *minka*, es un término quechua, que sirve para designar al trabajo colectivo a favor de la comunidad o de las familias, esta práctica precolombina es principalmente realizada por indígenas en Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia, Chile y Paraguay. La *“minga”* constituye una forma de solidaridad,

también se ha percatado que existe cierto prejuicio hacia las personas que han pasado por problemas de drogadicción y demás. Gran parte de la sociedad practica una conducta discriminatoria que excluye a este grupo. Como ejemplo menciona que el tratar de insertar laboralmente es muy difícil porque las personas al conocer que son jóvenes que han vivido en la calle y han tenido problemas de drogadicción, temen por su seguridad.

Para resumir, la existencia de una cultura asociativa ha sido identificado en los tres territorios como un factor que afectaría positivamente a la creación de nuevas iniciativas y ha sido mencionada por las dos iniciativas de Cataluña, por Nova Feina de la Comunidad Valenciana y por PACES en Ecuador. Aunque en Ecuador la directora de FINE señala que las personas en situación vulnerable, generalmente buscan una entidad creada que preste ayuda inmediata, no se asocian para buscar soluciones a sus carencias. Otro componente que es mencionado por una iniciativa de Cataluña y otra de la Comunidad Valenciana es la disposición hacia el emprendimiento. También se identifican varios componentes culturales que afectan de forma negativa en la creación de nuevas iniciativas. En Cataluña se menciona que aunque existe una cultura asociativa, también las organizaciones tienden a atomizarse. En Ecuador los participantes identifican varios componentes como: la existencia de una actitud machista que limita la participación de mujeres, un prejuicio hacia las personas vulnerables y la falta de interés por el trabajo social.

6.4.1.5 El avance tecnológico en la creación de empresas de inserción

Para las iniciativas catalanas, la aplicación de la tecnología no ha sido determinante en la creación en la EI Salta, su aplicación ha sido más importante en el desarrollo de la EI, porque el contar con nueva tecnología le ha permitido mejorar la productividad en el área de panadería y en el área de catering y mejorar sus ingresos a través de la implementación de pedidos a través de medios electrónicos. En la misma línea, la disponibilidad de la tecnología tampoco ha sido determinante en la creación de Passar Via, la visión de su directivo apunta que el colectivo que atiende la E.I. por lo general no está familiarizado con las nuevas tecnologías y éstas no han creado suficientes oportunidades de trabajo sino que al contrario, las nuevas tecnologías han destruido puestos de trabajo. Tanto la Fundación como la EI siempre han apostado por actividades productivas intensivas en

compañerismo, colaboración, trabajo en equipo; es un momento de compartir y ayudarse mutuamente, no solo entre las asociaciones sino entre todas y todos los comuneros (Coraggio 2012, p.138).

mano de obra, para dar más oportunidades a la gente que no ha tenido capacitación en el campo tecnológico. Aunque desde otra perspectiva, procura el uso de nuevas tecnologías, pero adaptadas a las circunstancias productivas existentes, tanto porque mejoran la productividad de las personas y cuanto porque la labor de la E.I. es mejorar la ocupabilidad del colectivo a través del itinerario de inserción con la finalidad de favorecer su acceso al mercado ordinario de trabajo que muchas veces exige el uso de la tecnología como competencia básica.

Las iniciativas de la Comunidad Valenciana perciben que las nuevas tecnologías tienen potencial de favorecer los procesos de creación y desarrollo de las EE.II. Sin embargo, para Reciplana, la aplicación de las nuevas tecnologías, no ha sido determinante en ninguna de las etapas de la EE.II. Sin embargo, su director considera que la falta de inversión en tecnología ha sido un error que puede justificarse indicando que la empresa se ha centrado en el trabajo y sus gastos diarios, pero está convencido que la tecnología aportará positivamente en la creación y desarrollo de las EI, razón por la que están en proceso de integración con un grupo estatal con miras a explotar el área de investigación. Para el directivo de Nova Feina, la tecnología ha jugado y cada vez jugara un rol más determinante en la creación y funcionamiento de las empresas sociales. Señala que en la actualidad existen sectores industriales o de servicios que han sido reinventados por iniciativas del ámbito tecnológico. Es el caso de la llamada economía colaborativa, que a través de internet y de las redes sociales está permitiendo generar vínculos de confianza que colocan en el mercado bienes y servicios provistos por los llamados prosumidores³⁷. Cree que todas las empresas de Economía Social deben ver oportunidades en la tecnología. Como ejemplo menciona que *Google* ofrece al sector no lucrativo el acceso casi gratuito de muchas aplicaciones, incluso a publicidad de *Google Adwords* con hasta diez mil dólares para promocionar las actividades de las organizaciones no lucrativas.

En Ecuador para la Panadería El Tulipán, la aplicación de las nuevas tecnologías no ha sido determinante ni en el proceso de creación ni en su funcionamiento, en cambio sí lo ha sido en FINE, la entidad promotora, que a través de la transferencia de tecnología ha permitido implementar ayuda técnica para la discapacidad, a través del uso de software

³⁷ Es un acrónimo que se originó de la fusión de las palabras productor y consumidor. Hace referencia a que el consumidor puede convertirse en productor al mismo tiempo.

de realidad aumentada³⁸, así también cuentan con un sistema informático para el manejo de la malla curricular. Para la Asociación Mujeres con Éxito, debido al sector en el que se desenvuelven, la tecnología tampoco ha sido determinante, en ninguna etapa del emprendimiento. Finalmente, para los emprendimientos juveniles impulsados por la Fundación Salesiana PACES, cree que el avance tecnológico puede promover la creación de iniciativas sociales, aunque el factor tecnológico no ha sido determinante en la creación de los emprendimientos juveniles, pero sí en los procesos de funcionamiento de áreas como la construcción en la que las herramientas son indispensables y son menos necesarias en emprendimientos relacionados con el comercio.

En resumen, el uso de la tecnología no ha sido un factor determinante en la fase de creación de las EI en ninguno de los territorios que son analizados. En Cataluña existen criterios polarizados sobre los efectos del avance tecnológico, por un lado, se le atribuye el lograr la mejora de la productividad a través de la aplicación de nuevas tecnologías; por otro lado, se señala que pueden afectar negativamente, ya que las nuevas tecnologías no han creado oportunidades para colectivos vulnerables, sino que incluso han destruido plazas de trabajo. Mientras que para las EI de la Comunidad Valenciana el avance tecnológico muestra potencial para promover la creación y funcionamiento de las EE.II. Entre las ventajas que ofrece el desarrollo tecnológico, ven la explotación de la investigación y desarrollo en el área social, en la promoción de las actividades de las organizaciones no lucrativas, la aplicación de las T.I.C.³⁹ para generar una nueva forma de economía, como la economía colaborativa. En Ecuador, las iniciativas productivas: Panadería El Tulipán y la Asociación Mujeres con Éxito no se han beneficiado de los avances tecnológicos ni en los procesos de creación ni en los procesos productivos; sin embargo, los emprendimientos juveniles ven algunas oportunidades en su aplicación, sobre todo en la mejora de la productividad de las EE.II.

³⁸ “La realidad aumentada amplía las imágenes de la realidad, a partir de su captura por la cámara de un equipo informático o dispositivo móvil avanzado que añade elementos virtuales para la creación de una realidad mixta a la que se le han sumado datos informáticos” (Fombona, Pascual y Madeira, 2012)

³⁹ El concepto de tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. El concepto de TIC, incluye dos partes, la de tecnología de información que incluye cualquier forma de hacer cómputo, y la de tecnología de comunicación que se vincula a la transmisión de información. Siendo la internet una de las tecnologías que ha recibido una mayor atención en los últimos años

6.4.1.6 El efecto de la globalización en las empresas de inserción socio-laboral

En Cataluña las iniciativas participantes tienen distintas experiencias al analizar cómo la globalización ha afectado los procesos de creación de EE.II. Para Salta el fenómeno de la globalización ha favorecido su creación ya que aportó el conocimiento de experiencias similares que funcionaban en Francia. En cambio, para Passar Vía, el fenómeno de la globalización no ha sido determinante en la creación de la EI, su directivo señala que por su naturaleza las EI procuran hacia un mercado de trabajo muy acotado localmente, socialmente muy responsable e intensivo en mano de obra, que en su caso se limitan al distrito de Horta y Ginardó. Señala que las prácticas globalizadoras son incompatibles con la misión de las EI ya que significarían la pérdida del valor humano y social. En la parte que aportaría positivamente es a nivel de conciencia crítica, porque la visión de otra economía abre nuevas oportunidades a los sectores vulnerables, en las que se observan prácticas alternativas que son críticas a la economía financiera imperante.

En la Comunidad Valenciana, la creación de Reci plana Recuperacions ha sido en parte motivada por la difusión del conocimiento de la existencia de EI en Alemania. El directivo de la EI, señala que en España no existía una cultura de crear EI, pero el conocer de experiencias a través de distintos medios de comunicación está favoreciendo a la creación de nuevas EE.II. El directivo de Nova Feina, señala que el fenómeno de la globalización aporta cosas positivas y negativas frente a la creación de nuevas empresas sociales. Por ejemplo, sería positiva en el caso de la problemática medioambiental, visto que las personas son más conscientes del impacto que tiene el deterioro del planeta, sin importar el lugar dónde se encuentren, también aporta ventajas como la accesibilidad a la tecnología y a ciertos productos. Pero a nivel productivo, la globalización proporciona a la empresa capitalista una ventaja que es la posibilidad de deslocalizar su producción, lo que por un lado repercute en el abaratamiento del coste de los productos pero por otro lado, genera explotación laboral en otros países.

En el caso de las iniciativas ecuatorianas señalan que existen tanto aspectos positivos y negativos que la afectan. En el caso de la Panadería El Tulipán, la parte positiva de la globalización, ha sido conocer las experiencias de País Vasco que estaban adelantadas a Ecuador, además ha hecho más visibles los problemas sociales de las personas con discapacidad y que al mismo tiempo hacen más visible el trabajo que realizan las distintas iniciativas, lo que en conjunto hacen que la sociedad esté más sensibilizada ante los

problemas que deben enfrentar las personas en situación de vulnerabilidad. En cambio, ha sido afectada debido a que la que las organizaciones que brindan apoyo a países emergentes al conocer que los indicadores económicos del Ecuador han mejorado en los últimos años, han retirado buena parte de las ayudas y las están dirigiendo a países en peor situación. Para la Asociación Mujeres con Éxito, la globalización no aporta aspectos positivos sino que al contrario, está generando una brecha y haciendo cada vez más difícil la labor de la inserción laboral, puesto que las empresas tienden a demandar empleados cada vez más cualificados, situación que dificulta el acceso al mercado laboral de las mujeres que conforman el grupo de atención de la Fundación María Amor. Finalmente, para los emprendimientos juveniles impulsados por PACES, la globalización no ha aportado ningún aspecto positivo, sino que tiende a invisibilizar ciertos problemas como la drogadicción y la pobreza que siguen estando presentes. Así también la oferta de productos o servicios de grandes empresas puede afectar a las empresas sociales, pero la fortaleza de las empresas sociales es estar en la base de las necesidades de la parroquia el barrio.

Resumiendo, en torno a los efectos positivos que presenta el fenómeno de la globalización, la libre disponibilidad de la información es un tema mencionado recurrentemente por los directivos de todos los territorios analizados, siendo el conocimiento de la existencia de iniciativas que han tenido éxito en otras regiones lo que ha motivado a replicarlas, son los casos de Salta en Cataluña, de Reci plana en la Comunidad Valenciana y de la Panadería El Tulipán en Ecuador. Para Passar Via en Cataluña, la expansión del conocimiento abre las puertas a una nueva economía que viabiliza la participación de sectores vulnerables. La concientización de la sociedad sobre la existencia de problemas sociales y del medio ambiente y el libre acceso a nuevos productos y tecnologías han sido identificados por Nova Feina en la Comunidad Valenciana. En torno a los aspectos que afectan de forma negativa a la creación de EI, Para la Panadería El Tulipán, las ayudas internacionales para las iniciativas sociales en Ecuador se han visto reducidas ya que los indicadores económicos han mejorado en los últimos años, ello ha hecho que éstas ayudas se redirijan hacia territorios con mayores necesidades. Finalmente, hay cierta coincidencia de criterios entre participantes de Cataluña y de la Comunidad Valenciana, al respecto que la globalización otorga mayores beneficios a las empresas capitalistas que al aplicar estrategias de deslocalización de la producción, consiguen una ventaja competitiva, a la que las EI no pueden aplicar por su

naturaleza, ya que involucran actividades a nivel local, intensivas en mano de obra y con bajo volumen de producción.

6.4.2 El entorno institucional formal

6.4.2.1 Mecanismos de apoyo no económicos a la creación de EI

Dentro de los mecanismos de apoyo no económicos que promueven la creación y funcionamiento de las empresas de inserción, los participantes han mencionado cuatro tipos: La aplicación de cláusulas sociales y de la compra pública responsable, la simplificación de trámites para la creación y funcionamiento de las EI, la disponibilidad de servicios de seguimiento y asistencia a EI y otras ayudas.

a) La participación de las EI en la compra pública responsable

La contratación pública es un instrumento de mercado a través del cual los poderes públicos buscan conseguir fines y valores fundamentales como la cohesión social, la redistribución de la riqueza, la igualdad y la justicia. Por tanto, su aplicación está considerada dentro de los factores que fomentarían la creación de EE.II.

Las EI catalanas participantes, conocen que en el territorio se han implementado mecanismos para el fomento de la compra pública responsable que beneficia a entidades con fines sociales. En ese contexto, Cataluña, es la Comunidad Autónoma española pionera en realizar una reserva de mercado de forma obligatoria a través de la Ley 31/2002 de 30 de diciembre, de medidas fiscales y administrativas que en su artículo 35 obliga a los departamentos, empresas públicas y organismos autónomos a realizar una reserva de entre el 10% y el 20% de sus contratos menores y negociados para ser adjudicados a Centros Especiales de Empleo y Empresas de Inserción.

En el caso de Salta, ha tenido acceso a participar de la compra pública a través de la aplicación de cláusulas sociales. La Directora de Ared, promotora de Salta, señala que las EE.II. en Cataluña son cada vez más visibles, generando una mayor conciencia dentro de los territorios donde funcionan, esto ha propiciado que la AA.PP. cree programas de compra pública responsable, que se desarrolle y exista un mayor cumplimiento de las cláusulas sociales. Sin embargo, no siempre se cumplen, ya que dependen de la sensibilidad de las personas que toman la decisión de aprobar los procesos de compra. Por otro lado, Passar Via también ha sido beneficiaria de la contratación pública, en áreas relacionadas con jardinería forestal. Sin embargo, su director señala que es necesaria una

mayor implicación de las administraciones locales, sea mediante la implantación de cláusulas sociales o de mercados protegidos, que en cada distrito identifiquen cuáles son las EI que están funcionando y qué servicios pueden ofrecer, así se generan oportunidades para sean las EI las que gestionen esos servicios. Él mismo conoce de buenas experiencias llevadas a cabo en administraciones locales muy pequeñas, en dónde las EI están gestionando las áreas azules de los parkings, la recogida de la basura, la gestión de los jardines.

En la Comunidad Valenciana, al igual que en Cataluña, se están aplicando cláusulas sociales en la contratación pública. Se ha regulado los contratos reservados que incluyen a las EI como entidades beneficiarias a través del Decreto 279/2004, de 17 de diciembre. Reciplana Recuperacions ha sido adjudicataria de la compra pública, Sin embargo, la primera dificultad que debió sortear es la percepción que tienen los contratantes al no considerarlas como entidades suficientemente efectivas. El hecho de venir de la parte social hace que los consumidores creen que no pueden exigir en la misma medida que lo harían a una empresa normal y, por lo tanto, tampoco pretenden dar tanta responsabilidad a la hora de contratar. Es el caso de ofrecer el servicio de recogida de vidrio a los Ayuntamientos, al inicio hubo reticencias porque al tener personal poco cualificado y baja inversión en maquinaria, pensaron que la EI no podría dar un servicio de calidad. Posteriormente ha sido adjudicataria de un concurso llevado a cabo por la Diputación de Castellón, proceso en el que se incluyeron cláusulas sociales. Por otro lado, el directivo de Nova Feina, indica que en la Comunidad Valenciana existe un marco de actuación que falta mejorar, porque existen barreras de acceso y gestión para acceder a la compra pública, señala que dentro de las líneas de apoyo, las EI necesitan ser incluidas en la contratación pública. Insiste en la necesidad que las EI accedan a un mercado protegido, que se apliquen cláusulas sociales en los contratos, para que parte de la adjudicación pública este reservada para estas iniciativas dentro de los programas de compra pública responsable y ética.

En Ecuador este factor no favorece la creación de EI, en primer lugar, porque no existe normativa que reserve parte de la compra pública para las iniciativas con fines sociales. Hasta ahora lo que se denomina como compra pública inclusiva consiste en un proceso de negociación mediante el cual las empresas oferentes a través del Instituto de Economía Popular y Solidaria, contactan con la instancia gubernamental demandante, para adecuar

sus pliegos a lo que es posible y beneficioso para estas organizaciones (Andino, 2013). Existe una mínima participación de las iniciativas solidarias en la compra pública, ya que la participación de todos los actores del sector de la Economía popular y solidaria solo representa aproximadamente el 2% del total de la compra pública realizada durante el año 2015⁴⁰. La Panadería el Tulipán y la Asociación Mujeres con Éxito, no ven factible su participación en la compra pública, por un lado, debido a que la AA.PP. no establece ninguna distinción entre los emprendimientos de organizaciones que pertenecen al sector de la Economía Popular y las que pertenecen al sector de la Economía Solidaria. Es decir, no hay preferencia hacia los productos y servicios que ofrecen estas iniciativas solidarias frente a las que ofrecen las empresas unipersonales o familiares, que forman parte de la Economía Popular. Por otro lado, al ser pequeños productores, tienen dificultad para cubrir los elevados volúmenes de producción exigidos en la compra pública. La directora de Fine, explica: *“yo fui a vender las galletas para los desayunos escolares y me dijeron que no puedo cumplir con toda la demanda, y les dije que solo quiero que me paguen lo que yo puedo producir, que hagan justicia en este sentido, y me dijeron –no, porque ya están los convenios hechos-...”*. Finalmente, señalan que los costes de estas iniciativas tienden a ser superiores con respecto a los costes de las empresas capitalistas. Aquello limita la participación de estas iniciativas debido a que la AA.PP. considera los precios como criterio determinante en la adjudicación. En el caso de la Asociación Mujeres con Éxito, únicamente ha prestado servicios ocasionales y de baja cuantía a entidades del sector público como el Ministerio de Justicia, el Ministerio de Inclusión Económica y Social y el Ministerio del Trabajo, contratación que se ha realizado apelando a la sensibilidad de sus funcionarios que conocen de la iniciativa por el hecho de estar relacionados con temas de inclusión. En el caso de los emprendimientos juveniles impulsados por PACES, por el contacto directo que mantienen con el área de desarrollo social del GAD Municipal de Cuenca, han participado de la compra pública, pero solo mediante contratos directos de menor cuantía.

b) Los trámites necesarios para crear y mantener EE.II.

⁴⁰ Información tomada de los cuadernos de trabajo del Servicio Nacional de Contratación Pública, Participación de los actores del economía popular y solidaria y las microempresas de la compra pública en el año 2015 y Análisis de los procesos de Subasta Inversa Electrónica por Negociación, 2015

Dentro de los mecanismos de apoyo a la creación de EI se ha considerado que la simplificación de los trámites en la creación y en la gestión de las EI, elimina barreras y contribuye a la creación de nuevas iniciativas.

Las iniciativas participantes de Cataluña, señalan que en la región este factor tiene potencial de motivar la creación de nuevas EE.II. En el caso de la fundación Ared, indica que la constitución de Salta resultó muy fácil y rápida, debido a que recibió el apoyo de la FEICAT, entidad que ayudó a la constitución de muchas EI en Cataluña. En tanto que los trámites necesarios para el funcionamiento de las EI cada vez son más sencillos de gestionar por efecto de la experiencia y porque se han simplificado. Conocen a qué entidad deben recurrir, dónde están los formularios y los contratos de inserción son muy rápidos de realizar y solo requieren que los servicios sociales emitan un certificado de exclusión social, que lo entregan de forma inmediata. Para Passar Vía la constitución de la EI, no representó ninguna dificultad que sea insuperable, resalta la buena predisposición por parte del Ayuntamiento y de la administración local que acompaña a la iniciativa durante todo el proceso de creación, abriendo puertas y generando oportunidades.

Para Reciplana Recuperacions, la constitución de la EI fue favorecida por dos situaciones: la primera, estar bajo el paraguas de la Fundación Tots Units, y la segunda la aparición de la Ley de Empresas de Inserción que regulaba todos los aspectos para su constitución. Para el directivo de Nova Feina, considera que los trámites para la constitución de una EI llevan mucho tiempo, menciona que a nivel de la Comunidad Europea se considera a España como uno de los países en dónde es más difícil constituir una empresa como sociedad mercantil o como autónomo, y por otro lado, también considera que la normativa que regula el funcionamiento de las EI, es muy exigente, que en algunos casos lleva a dedicar más tiempo a la justificación que a la labor efectiva.

Por otro lado, las iniciativas ecuatorianas señalan que han encontrado muchas dificultades para constituirse. En el caso de la panadería El Tulipán el usar la forma jurídica de fundación y realizar actividades productivas son considerados por la AA.PP. como casos atípicos lo que ha dificultado su registro en ciertas dependencias locales para conseguir los necesarios permisos de funcionamiento. Incluso señala que inicialmente no pudo registrar su iniciativa en la Secretaría de Economía Popular y Solidaria. A pesar de tener varios años funcionando, solamente desde el año 2014 tienen permiso de funcionamiento.

Para la Asociación Mujeres con Éxito, el traslado de algunas competencias entre los distintos ministerios al recientemente creado Instituto de Economía Popular y Solidaria, ha ocasionado que los trámites necesarios para crear o para mantener funcionando las iniciativas cambien constantemente, generando complicaciones e incertidumbre y por lo tanto, no alienta la creación de estas iniciativas. Para los emprendimientos juveniles promovidos por PACES a decir de su director, una de las dificultades que tienen las iniciativas es la excesiva tramitación, sugiere que la AA.PP. sin exonerar del cumplimiento de las normas, debería flexibilizar ciertas exigencias a las empresas sociales sobre todo a las de reciente creación.

c) Los servicios de seguimiento y asistencia a EI

Otro de los mecanismos que puede contribuir a potenciar la creación de EI es la existencia de programas de seguimiento y asistencia dirigidos a EE.II.

La EI Salta, señala que recibió asistencia de la Federación de Empresas de Inserción de Cataluña (FEICAT)⁴¹ desde el proceso de constitución y posteriormente de forma permanente ha puesto a disposición de las EI asociadas, programas de formación en gestión que son financiadas por la Generalitat de Cataluña. Passar Via por otro lado, señala que existen programas de seguimiento y asistencia para las EI, en su caso han recibido acompañamiento, desde sus inicios mediante el acompañamiento de entidades de la Administración local para constituir la EI, luego de constituida la EI, recibieron acompañamiento en la gestión de entidades como Fundación Un Sol Món y de su misma fundación promotora, además de la disponibilidad de programas de formación permanente que son ofrecidos por la FEICAT. Todo este acompañamiento ha permitido mejorar la parte de la gestión de la EE.II.

Por otro lado, los participantes de la Comunidad Valenciana, indican que la AA.PP. pone a disposición de las EI, programas de formación dirigidas al emprendimiento y al emprendimiento social, además del apoyo que reciben de la Asociación Valenciana de Empresas de Inserción (AVEI)⁴². Reciplana Recuperacions además de los programas

⁴¹ La FEICAT es la Federación de Empresas de Inserción de Cataluña, y en conjunto con otras federaciones de empresariales conforman la Federación de Asociaciones de Empresas de Inserción FAEDEI, para más información revisar su portal web: <http://www.feicat.cat/>

⁴² La AVEI es la Asociación Valenciana de Empresas de Inserción, agrupa a las empresas de inserción de la Comunidad Valenciana, y en conjunto con otras asociaciones conforman la Federación de Asociaciones de Empresas de Inserción FAEDEI, para más información revisar su portal web: <http://www.aveiweb.org>

dirigidos para el fomento de éstas iniciativas, antes mencionados, La AA.PP. otorga ayudas destinadas a cursos de formación para las EI, aunque también precisa que éstas se han reducido notablemente. En el caso de Nova Feina, dentro de los programas de acompañamiento disponibles en la Comunidad Valenciana para todas las empresas sociales, destaca la presencia de Socialnest, una incubadora de empresas sociales que apoya los emprendimientos sociales. Por otro lado, además de los programas de formación específicos para EI, éstas también pueden beneficiarse de los programas que se ofrecen al emprendimiento en general, entre ellos viveros de empresas y convocatorias relacionadas con desarrollo local.

En el caso de las iniciativas ecuatorianas, no se observa la existencia de una oferta permanente de programas de seguimiento y asistencia para las iniciativas que buscan la inserción socio-laboral. La Panadería El Tulipán, ha participado por una sola vez de un programa de seguimiento ofertado por Nesst⁴³, una incubadora de empresas sociales que funciona a nivel internacional. Por otro lado, tanto la iniciativa de la Asociación Mujeres con Éxito como los emprendimientos juveniles, solo reciben seguimiento y asistencia de sus Fundaciones promotoras.

d) Otras ayudas

En Cataluña, dentro de las ayudas complementarias para las EI, La EI Salta, cuenta con el apoyo de las empresas privadas que dentro de los programas de responsabilidad social corporativa buscan apoyar a organizaciones con fines sociales a través de compartir conocimientos y experiencias que facilitan la gestión de estas entidades. Otro mecanismo de ayuda del que la EI se ha beneficiado son las medidas alternativas que menciona la Ley de Integración Social del Minusválido, la misma que obliga a las empresas con una plantilla superior a cincuenta trabajadores a contratar personas con discapacidad. Sin embargo, aquellas empresas que por distintas razones no pueden hacerlo, pueden aplicar a las medidas alternativas para su cumplimiento, como realizar una compra social equivalente o simplemente realizar una donación⁴⁴. La EE.II. Passar Via, mira como otra

⁴³Para más detalle de la organización acceda a su portal web: <http://www.nesst.org>

⁴⁴ Mediante el RD 27/2000, Las empresas podrán aplicar las medidas alternativas siguientes:

- Compra de bienes a un Centro Especial de Empleo o a un autónomo discapacidad.
- Formalización de un contrato civil o mercantil con un Centro Especial de Empleo, con un trabajador autónomo discapacitado, para la prestación de servicios ajenos y accesorios a la actividad normal de la empresa.

fuerza de ayuda a las herencias intestadas que ante la falta de herederos, quedan a disposición de las AA.PP. y a las que cualquier entidad de carácter social puede solicitar su adjudicación.

En la Comunidad Valenciana, el directivo de Nova Feina, señala que las EE.II. además de los mecanismos de apoyo dirigidos específicamente a éstas, también pueden beneficiarse de las medidas de apoyo que se ofrece al emprendimiento en general.

Finalmente, en Ecuador, dentro de otras ayudas, el GAD Municipal de Cuenca, entregó a los emprendimientos juveniles promovidos por la Fundación Salesiana Paces, plazas para la venta de productos en los mercados municipales de la ciudad.

En resumen, dentro de los mecanismos de apoyo no económico, los participantes han señalado cuatro tipos de apoyo que incentivan la creación de nuevas EE.II. En primer lugar, la participación de las EE.II. en la compra pública responsable a través de la aplicación de reservas de mercado y de cláusulas sociales, en segundo lugar, la simplificación de los trámites para constituir EI, en tercer lugar, la disponibilidad de servicios de seguimiento y asistencia para estas iniciativas y en último lugar la disponibilidad de otros tipos de ayudas.

Con respecto a la inclusión de las EE.II. en la compra pública como medida de apoyo, se observa que existen distintos escenarios. Mientras las EE.II. de Cataluña y en la Comunidad Valenciana, aunque limitadamente, se han beneficiado de este mecanismo; por lo tanto, puede considerarse que este mecanismo en estas regiones tiene potencial para favorecer la creación de nuevas iniciativas. Pero en otras regiones, como es el caso de Ecuador, los mecanismos diseñados para incluir en la compra pública a estas iniciativas no están beneficiando a las EE.II. y por lo tanto, no están fomentando la creación de nuevas EE.II.

Con respecto a los trámites administrativos, mientras que los participantes de Cataluña, han señalado que éstos han ido simplificándose tanto por las facilidades que la AA.PP. ha brindado, también lo son por efecto de la experiencia. Por otro lado, los participantes

-
- Donación o acción de patrocinio.
 - Creación de Centros Especiales de Trabajo (CET) y los enclavamientos* laborales; RD 290/2007 del 20 de febrero.

de la Comunidad Valenciana, creen que los trámites toman demasiado tiempo, incluso señalan que los trámites para justificar las subvenciones recibidas hacen que las EE.II. desatiendan actividades propias de su naturaleza. En Ecuador, los participantes señalan que tienen dificultades para avanzar en los trámites administrativos, sobre todo porque éstos cambian constantemente debido al traspaso de competencias entre distintas entidades de la AA.PP. Por lo tanto, considerando que en la medida en que los trámites administrativos, tanto para la constitución como los necesarios para mantener funcionando la EE.II. sean reducidos se fomentará la creación de nuevas iniciativas. Ello hace que este factor sea calificado como positivo en Cataluña y negativo en la Comunidad Valenciana y Ecuador.

Con respecto a los servicios de seguimiento y asistencia disponibles para las empresas de inserción: en Cataluña, el seguimiento constante de la FEICAT y de los programas de formación de la Generalitat de Cataluña, hace que este factor sea valorado positivamente; de la misma forma es valorado positivamente en la Comunidad Valenciana, en donde también se cuenta con la asistencia de la AVEI y de la incubadora de empresas sociales, Socialnest. Finalmente, en Ecuador los participantes señalan que los servicios de asistencia y seguimiento para las entidades que se dedican a realizar inserción socio-laboral lo proporcionan únicamente las entidades promotoras. No existen programas de seguimiento o asistencia específicos para EI, esta falencia no incentiva la creación de nuevas EE.II.

Además de los mecanismos anteriores, en Cataluña, las empresas privadas a través de sus programas de responsabilidad social corporativa y de las medidas alternativas para el cumplimiento de la Ley de Integración Social del Minusválido, constituyen mecanismos que afectan positivamente a la creación y funcionamiento de las EE.II. Mientras que en la Comunidad Valenciana, las empresas de inserción pueden beneficiarse de las medidas de apoyo al emprendimiento en general, por lo tanto, afectarían positivamente a la creación y funcionamiento de las EE.II. Finalmente, en Ecuador, los directivos participantes señalan que las medidas alternativas de apoyo a la creación de EI son muy escasas, aunque se menciona algún tipo de ayuda, pero éstas son muy limitadas.

6.4.2.2 Los programas educativos en el fomento de la creación de las EI

Dentro de este apartado se analizan en primer lugar, en qué grado los programas educativos formales están favoreciendo a la creación de empresas sociales y, en segundo lugar, la formación de los directivos que laboran en las EE.II.

a) La incidencia de los programas educativos formales en la creación de EI

La existencia de programas educativos formales en el caso de Salta, no fueron determinantes en la creación de la EI y ahora tampoco estarían afectando a la creación de EE.II. La Directora de Ared, señala que en Cataluña existen programas educativos que están dirigidos a fomentar el emprendimiento en general. Sin embargo, los emprendimientos que funcionan bajo las fórmulas empresariales de EI, como se mencionó anteriormente, pueden contar con los programas de formación permanente que ofrece la Generalitat de Cataluña y entidades como la FEICAT. En el caso de Passar Via, este factor tampoco favoreció en la creación de EI, su directivo cree que en Cataluña, los programas educativos formales están orientados hacia la creación de empresas en general, pero no dan prioridad a la divulgación y a conocer sobre las experiencias provenientes de las empresas del sector de la Economía Social. Aunque señala que existen programas de formación específica enfocada hacia las entidades de carácter social, como son emprendimiento o gestión empresarial, es el caso de los estudios de postgrado ofrecidas por ESADE⁴⁵ y IESE Business School⁴⁶. Además, observa que la AA.PP., frente a la necesidad que tienen las entidades sociales, realiza propuestas para financiar a entidades dedicadas a la formación profesional en el área de gestión de empresas para entidades productivas con fines sociales.

En el caso de Reci plana este factor no ha promovido ni está promoviendo la creación de nuevas EI, aunque conoce de iniciativas de profesores que han transmitido el interés sobre las empresas sociales a sus alumnos, esto no se ha generalizado. Por otro lado, en el caso de Nova Feina, este factor tampoco está motivando la creación de nuevas EI, su directivo reconoce que en la región existe oferta de estudios relacionados con Economía Social, como estudios de postgrado y de formación ofrecida por entidades como Socialnest, pero cree que los programas educativos a nivel formal todavía son insuficientes, por lo que es necesaria la incorporación de la formación en emprendimiento y empresas sociales en

⁴⁵ Universidad Ramón LLull

⁴⁶ Universidad de Navarra

todo el ciclo educativo, desde infantil hasta la universidad, independientemente de la carrera o el ámbito educativo aprovechando las experiencias en Asturias y en Valencia que están muy desarrolladas.

En Ecuador, todas las iniciativas desconocen de la existencia de programas de educación formal relacionados con Economía Social y peor aún sobre empresas sociales, por lo tanto, los programas educativos formales no están fomentando la creación de EE.II. En el caso de la iniciativa promovida por FINE, se señala que a nivel de secundaria se está fomentando el emprendimiento, pero es necesaria la vinculación con la colectividad para potenciar un emprendimiento social. En el caso de la iniciativa de la Asociación Mujeres con Éxito, a más de no existir una oferta de estudios relacionados con Economía Social o Solidaria, su directora señala que los programas educativos anteriormente buscaban crear empleados, no emprendedores, aunque actualmente la tendencia es fomentar el emprendimiento, pero todavía hay carencia en formación de la parte social. En el Caso de los emprendimientos juveniles impulsados por PACES, este factor no jugó un papel determinante en su creación, al respecto el director de PACES señala que en el país en el ámbito educativo secundario o superior ni siquiera se menciona el tema de la Economía Popular y Solidaria.

b) La formación de los directivos de las empresas sociales

Dentro de este análisis también se considera que la disponibilidad de profesionales del ámbito de la dirección o gestión de empresas que emprenden a través de fórmulas empresariales de EI, tiene potencial para crear un mayor número de creación de EE.II.

En el caso de Salta, al iniciar con la EI, sus directivos eran profesionales del ámbito social, sin embargo, dentro del consejo de administración de la fundación promotora, hay dos directivos de grandes empresas catalanas que, con su visión empresarial, guiaron el accionar de Salta. En el caso de Passar Via, al iniciar, sus directivos tampoco tenían competencias en gestión de empresas, señala que todos los venían del área social sin formación en el área de gestión, incluso recalca este aspecto siempre es criticado a las empresas sociales.

En la Comunidad Valenciana, Al constituirse Reciplana como EI, parte del personal de la Fundación Tots Units, fue transferido a la nueva EI, en consecuencia, tenían un perfil profesional de la parte social, aunque con cierta experiencia ya que la fundación mantuvo

actividades económicas anteriores. Su directivo, señala que en un primer momento fue evidente las carencias de profesionales con perfiles relacionados con la gestión de empresas, todo el aprendizaje necesario lo obtuvieron en el rodaje, en el día a día, sin una formación formal o académica. En el caso de las iniciativas llevadas a cabo por Nova Feina, al igual que las otras iniciativas, su personal tiene carencias en competencias en gestión empresarial, El directivo señala que estas iniciativas deben reclutar personal que tenga competencias de los dos perfiles, el de gestión y el social, pues deben gestionar dos objetivos: el objetivo económico y el objetivo social.

En el caso de la iniciativa ecuatoriana, Panadería El Tulipán, al ser parte de FINE, únicamente contaban y cuentan con personal con perfil profesional de la parte social, su directora destaca la carencia de profesionales de las áreas de gestión que desarrollen proyectos, carencias que han tenido que ser asumidas por el personal que está disponible y han obtenido un aprendizaje a través de la experiencia. En la Asociación Mujeres con Éxito, el equipo que ha acompañado al emprendimiento es parte de la Fundación María Amor, el mismo que está formado por mujeres profesionales como trabajadoras sociales, psicólogas, abogadas y educadoras, pero no existe personal profesional con competencias en gestión, algunas competencias en gestión las han obtenido a través de los talleres que se ofrece la AA.PP. de forma general a todas las organizaciones. En el caso de los emprendimientos juveniles son acompañados por la Fundación Salesiana Paces, aunque en principio, contaban únicamente con profesionales del área social, a partir de las necesidades que se han presentado, el equipo ha ido profesionalizándose e integrando en la organización a profesionales del área de gestión de empresas.

Para resumir, los programas educativos formales no han sido determinantes para la creación de las iniciativas que son objeto de análisis. Aunque hay que matizar que, en Cataluña, existe oferta de estudios a nivel de postgrados y la disponibilidad de programas de formación permanente ofrecidas por la FEICAT y por la Generalitat de Cataluña. En la Comunidad Valenciana se señala que los programas educativos son insuficientes. aunque, existe oferta de programas de postgrado relacionados con Economía Social y de formación proveniente de entidades como Socialnest. En tanto que en Ecuador, los participantes advierten la carencia de oferta de estudios relacionada con Economía Social en todo nivel.

Sobre la formación de los directivos de las iniciativas analizadas, se observa que en su etapa inicial todas las iniciativas contaban con una baja profesionalización en la gestión. Todos los participantes señalan que los directivos de las empresas sociales tenían un perfil profesional del área social y con carencias en competencias de gestión. Las necesidades han llevado a estas iniciativas a que informalmente y a través de la experiencia, vayan adquiriendo conocimientos en el área de gestión o de otras formas. Salta aprovecho la visión empresarial de dos miembros del consejo de administración de la Fundación promotora para guiar la actuación de la EE.II. En el caso de Reciplana, aprovecharon cierta experiencia adquirida de las actividades económicas llevadas a cabo por la Fundación Tots Units, su entidad promotora. En el caso de Nova Feina, su director también señala que dentro de una EI se debe gestionar el objetivo económico y el social, por lo tanto, se requiere de las competencias en gestión y en lo social. Finalmente, El directivo de Paces, señala que en su iniciativa de acuerdo a las necesidades han ido profesionalizándose.

6.4.2.3 Instrumentos de financiación disponibles para las empresas sociales

Los participantes de los territorios que son objeto de análisis señalan que una de las principales fuentes de financiación que permiten la sostenibilidad de las EI son los recursos que provienen de la propia actividad comercial, que se consigue a través de la venta de sus productos o servicios. Sin embargo, este epígrafe se limita al análisis de la disponibilidad de subvenciones, de otras formas de financiación y de servicios financieros que benefician a las EI dentro de las regiones que son objeto de estudio.

a) Las subvenciones

En Cataluña las EI, pueden acceder a las subvenciones que ofrece la Generalitat de Cataluña a través del Departamento de Empresa y Empleo, mediante el programa de apoyo al funcionamiento de las EI y del programa de incentivos a la contratación de personas en riesgo de exclusión por parte de las EI⁴⁷.

En el caso de Salta, la EI ha logrado acceder a las subvenciones otorgadas por la Generalitat de Cataluña, incluso por primera vez han accedido a las ayudas económicas

⁴⁷Art. 1 ORDEN EMO/199/2015, de 3 de julio, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a las empresas de inserción para la realización de acciones para la mejora del empleo y la inserción laboral de los colectivos en riesgo o situación de exclusión social, y se hace pública la convocatoria para el año 2015

que a través de los programas de apoyo al emprendimiento ofrece el Ayuntamiento de Barcelona, lo que convierte al año dos mil catorce en el año que más ayuda a la contratación han recibido. La directora de Ared tiene la percepción que la Generalitat de Cataluña, ha entendido que las EI son mucho más rentables de lo que pensaban, ya que los montos de las ayudas que se entregan a las EI son menores a los que la Generalitat debería desembolsar para generar la misma calidad de empleo, por lo que las ayudas tienden a incrementarse. En el caso de Passar Vía, también es beneficiaria de las subvenciones otorgadas por la Generalitat de Cataluña. Sin embargo, aunque las subvenciones son accesibles, su directivo menciona que existen dos problemas que deben tratar de mejorarse en torno a ellas, en primer lugar, la incertidumbre que representa el desconocer en primer lugar la fecha en las que se debe aplicar a las ayudas y en segundo lugar la cuantía de las subvenciones, si se ampliarán, se reducirán o se mantendrán.

Por otro lado, la Generalitat Valenciana ofrece ayudas económicas para la inserción socio-laboral de personas en situación o en riesgo de exclusión, están disponibles para todas las EI que hayan recibido la calificación respectiva y se encuentran registradas. Según la Ley 1/2007, pueden consistir en tres tipos de subvenciones: la primera destinadas a gastos corrientes generados en la puesta en marcha de la EI y podrán disfrutarse en los tres primeros años de funcionamiento; la segunda, destinadas al mantenimiento de puestos trabajo o de ayudas a la contratación de personas en situación o riesgo de exclusión; y la tercera forma, son las subvenciones destinadas al acompañamiento en el puesto de trabajo y la realización de los procesos de inserción socio-laboral dentro de la EE.II.

En el caso de Reciplana Recuperacions, aplica a las convocatorias anuales de ayudas económicas específicas para EE.II. Su director señala que es la única subvención a la que acceden y que en el año 2014 esta subvención representó solo el 8% del total de la financiación necesaria, mientras que la parte restante la generó a través de la actividad productiva. Por su parte Nova Feina, al ofrecer el servicio de orientación laboral, también conoce y ha sido beneficiaria de las subvenciones ofrecidas por la administración local. Su directivo, producto de la experiencia de participar en el estudio de factibilidad de crear una EE.II., señala que la normativa tanto autonómica como nacional es muy restrictiva, porque genera una gran carga burocrática que lleva a dedicar más tiempo a la justificación de las acciones y a la documentación que al trabajo efectivo.

Finalmente, en Ecuador, no existe una normativa que regule el funcionamiento, ni tampoco las ayudas económicas para estas iniciativas, por lo tanto, la financiación de éstas se limita a las provenientes de organizaciones internacionales y a los ingresos generados por la actividad productiva de las mismas EE.II. En los casos de la Panadería El Tulipán y la Asociación Mujeres con Éxito, destacan la falta de atención de la AA.PP., de hecho, la directora de FINE menciona que ni siquiera han conseguido ayuda para mejorar las vías de acceso, a pesar de pedirlo durante 4 años y de haber sufrido 4 inundaciones.

b) Nuevas formas de financiación

En el caso de la EI catalana, Salta, no utiliza formas alternativas de financiación. Una de las fuentes alternativas de financiación sería recibir donaciones, sin embargo, la Ley de Mecenazgo no permite que las EI emitan el certificado de donativo que es necesario para que las personas o empresas desgraven impuestos. Actualmente es su fundación promotora la que recibe la donación para luego entregarla a la EE.II. La EI Passar Via se ha beneficiado de las ayudas que ofrecen otras fundaciones, entre ellas la Fundación Rovialta, que entrega recursos a fondo perdido. Además, su directivo señala que dentro de las fuentes alternativas de financiación las EI ocasionalmente pueden beneficiarse de ayudas extraordinarias como las herencias intestadas que la AA.PP. pone a disposición de las entidades con fines sociales.

En la Comunidad Valenciana, Reci plana como se menciona en párrafos anteriores, tiene como fuente de financiación los ingresos generados por la actividad de la EI y las subvenciones que le corresponden como EE.II. Sin embargo, reconoce que existen ayudas para cursos de formación, aunque éstas se han visto reducidas. Por otro lado, Nova Feina, sugiere que las EI pueden beneficiarse de iniciativas de apoyo al emprendimiento en general, como son líneas de formación, viveros de empresas, premios, convocatorias concretas provenientes de la AA.PP., desde agencias de desarrollo local y convocatorias de entidades privadas como podrían ser las que ofrece la Fundación La Caixa.

Finalmente, las iniciativas ecuatorianas al no contar con subvenciones, deben aplicar a las ayudas económicas que ofrecen entidades internacionales. En el caso de FINE, obtuvo ayuda de los Gobiernos de Holanda y de Japón para adquirir la maquinaria necesaria para iniciar con la su unidad productiva. En el caso de Fundación María Amor, fue la donación de una jueza jubilada la que permitió la compra de lavadoras para la Asociación Mujeres

con Éxito y por una sola vez recibieron apoyo económico de la AA.PP., a través del IEPS⁴⁸, siendo la Fundación María Amor la que a través de proyectos ayuda a la financiación y acompañamiento a las mujeres asociadas. En el caso de los emprendimientos juveniles de PACES, ha sido la comunidad salesiana la que ha provisto de la financiación, adicionalmente han logrado el apoyo del GAD Municipal de Cuenca para dotar de un fondo para la incubación de estos proyectos, sin embargo, existe mucha incertidumbre en torno a la duración de estos acuerdos, ya que pueden ser retirados sin previo aviso al no existir un mecanismo coercitivo como una ley que obligue a la AA.PP..

c) Oferta de servicios financieros

En Cataluña, las dos iniciativas señalan que existe oferta de servicios financieros que financian iniciativas sociales. En el caso de Salta, la Fundación promotora es la que gestiona las líneas de financiación. La Directora de la Fundación Ared señala que por lo general los proveedores de las EI, en ejercicio de la responsabilidad social entregan un trato preferente a las EE.II. Y en el caso de Passar Via, alguna vez recurrió a través de su promotora a los servicios financieros de Coop57. Además de ello, su director señala que existen entidades financieras alternativas como la Banca Ética Triodos, en la que la que las tasas de intereses son diferenciadas para las entidades con fines sociales.

En la Comunidad Valenciana, se observa que existe oferta de servicios financieras que dan prioridad a las iniciativas sociales. En el caso de Reciplana, recurrió a los servicios financieros de Caja Castellón, una entidad local, en un momento que requirió de financiación. En este caso, el hecho de ser una iniciativa social no influyó en las condiciones el crédito, sea en la tasa de interés o en la forma de devolverlo, pero si fueron más flexibles en su calificación asumiendo más riesgo. Pero actualmente son socios de la Banca Ética Fiare y mantienen una cuenta en Triodos. El director de Reciplana señala que todavía no han requerido de financiación, pero tendrán priorizarán acudir a la banca ética. El directivo de Nova Feina, por otro lado, destaca el papel que han tenido Caixa Popular,

⁴⁸ El IEPS, es el Instituto de Economía Popular y Solidaria, es una entidad adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social que tiene independencia técnica, administrativa y financiera, Tiene como misión apoyar a los ciudadanos que desean emprender bajo el amparo de la Ley de Economía Popular y Solidaria. Los emprendimientos juveniles, al igual que los anteriores no recibe subvenciones de la AA.PP., las ayudas por lo general las recibe de la Comunidad Salesiana y un pequeño aporte del GAD Municipal de Cuenca, para capital semilla.

que es una de las pocas cajas de ahorro valencianas que aún quedan, que es reconocida por su vocación social y por financiar iniciativas sociales. Además, Nova Feina también es cliente y socio cooperativista de la Banca Ética Fiare, también conoce otras entidades que están actuando en la región a pesar de no existir una sección valenciana, es el caso de Coop57, una cooperativa de servicios financieros parabancaria, que está financiando proyectos de Economía Social y Solidaria.

Por otro lado, de los casos analizados en Ecuador, se desprende que no existe oferta de servicios financieros específicos para iniciativas de Economía Social y Solidaria. Por lo tanto, queda abierta la alternativa de acudir a la banca tradicional o a entidades del sector financiero de la Economía Popular y Solidaria, en las mismas condiciones que lo haría una empresa capitalista. En el caso de la Panadería el Tulipán que es regida por FINE, no ha aplicado a ningún crédito. Su directora señala que la Fundación, no es sujeto de crédito, por lo que no aplica a ninguno. Una de las formas para acceder a uno sería a través de un crédito personal con toda la responsabilidad que ello implica. Por otro lado, en el caso de la Asociación mujeres con Éxito, tampoco han aplicado a ningún crédito, el hecho de que las asociadas sean mujeres vulnerables sin empleo y el tener cargas familiares son condiciones que las descalifican para la obtención un crédito.

En resumen, los participantes de Cataluña y de la Comunidad Valenciana, pueden disponer de las subvenciones que pone a su disposición la AA.PP. a través de convocatorias anuales. Estas subvenciones constituyen ayudas a la contratación para el mantenimiento, para el acompañamiento en los puestos de trabajo y para los procesos de inserción socio-laboral, es decir de la parte no productiva de la empresa. Por lo tanto, estas medidas afectan de forma positiva a la creación y supervivencia de las EE.II. Mientras que en Ecuador no existen subvenciones para este tipo de iniciativas, situación que es reclamada por las directoras de las Fundaciones promotoras de la Panadería El Tulipán y de la Asociación Mujeres con Éxito.

Por otro lado, se indica que en Cataluña y en la Comunidad Valenciana existen formas alternativas de financiamiento, entre ellas los recursos provenientes de las fundaciones promotoras, ayudas extraordinarias como las herencias intestadas y otros tipos de ayudas que se ofrecen al emprendimiento en general. En Ecuador, las ayudas económicas son eventuales, provienen mayoritariamente de entidades internacionales y son destinadas a la adquisición de bienes de capital que facilitan el funcionamiento de las iniciativas

productivas. Por lo tanto, los directivos de las entidades promotoras advierten que la falta de una de fuente frecuente de financiación genera incertidumbre y no alienta la creación de estas iniciativas. En ninguno de los casos, las iniciativas han usado nuevas formas de financiación como capital riesgo social o la financiación colectiva o *crowdfunding*.

Sobre la disponibilidad de servicios financieros específicos para empresas sociales, ofrecidos por entidades como Coop57, la Banca Ética Triodos, la Banca Ética Fiare, y Caixa Popular, hace que el entorno de Cataluña y de la Comunidad Valenciana sea valorado positivamente. Mientras que en Ecuador, la carencia de oferta de servicios financieros para empresas sociales y la dificultad de acceder a créditos desde la banca tradicional o incluso desde entidades del sector financiero de la Economía Popular y Solidaria, hace que el entorno ecuatoriano respecto a este tema sea valorado negativamente.

6.4.2.4 La conformación de redes sociales

Dentro del análisis de factores que promueven la creación de EI, se considera que un entorno en dónde existan mecanismos de ayuda mutua como la conformación de redes sociales, aportará positivamente a la creación de nuevas iniciativas.

La mayor parte de EI que funcionan dentro del territorio español están integradas en red, en un primer nivel por asociaciones de EI por comunidad autónoma y en un segundo nivel, por asociaciones territoriales que conforman la Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción (FAEDEI). En el caso de las EI participantes de Cataluña, Salta y Passar Via, pertenecen a la red de la Federación de Empresas de Inserción de Cataluña (FEICAT), mientras que la EI Reciplana de la Comunidad Valenciana, pertenece a la Asociación Valenciana de Empresas de Inserción (AVEI), las que junto a otras federaciones de las Comunidades Autónomas españolas integran la Federación de Asociaciones de Empresas de Inserción Españolas (FAEDEI).

Para Salta, la existencia de la FEICAT, ha sido muy beneficiosa tanto en la etapa de creación como en la de consolidación de la EE.II. En un primer momento acompañó y facilitó la constitución de la EI y después a través de la generación de un capital relacional ha permitido el intercambio de técnicas y el trabajo en común. La directora de la Fundación Ared, señala que aunque al principio fue muy difícil llegar a acuerdos, el pertenecer a las redes ha significado aprender a trabajar en común. Actualmente priorizan

el consumo y colaboración entre empresas de economía social, por ejemplo: el vino lo compran a una cooperativa, las cajas las provee una EI y el transporte lo piden a otra EI, así también Salta puso a disposición de otra EI su almacén. En el caso de Passar Via la conformación de redes sociales ha favorecido a la EI en varios aspectos; por un lado, la conformación de redes ha permitido que el conjunto de EI, presenten su criterio consensuado a la AA.PP., es decir sirven de interlocutor entre las EI y la AA.PP. en el desarrollo de políticas públicas; por otro lado, han permitido compartir experiencias y crear alianzas con otras iniciativas.

En la Comunidad Valenciana, Reciplana Recuperacions además de pertenecer a AVEI, también forma parte de una red sectorial, la Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria (AERESS)⁴⁹. Entre los beneficios que la EI ha conseguido a través de las redes sociales ha sido aprovechar el impulso que las asociaciones ha dado para la promulgación de la Ley de Empresas de Inserción, a través de AERESS, también han colaborado con el Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente en la creación de la normativa sobre el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos; otra de las ventajas que han conseguido a través de las redes es el compartir experiencias y la realización de alianzas estratégicas. Su director, cree que a través de las redes conformadas han participado en la creación de normativa, sin embargo, señala también que no han sido capaces de constituir agrupaciones empresariales compactas que velen por los derechos de las EI a nivel empresarial.

En Ecuador, Las Fundaciones promotoras de las iniciativas se han integrado en redes, pero relacionadas al sector que atienden. En el caso de FINE, pertenece a redes relacionadas a la discapacidad, Fundación María Amor, a redes relacionadas contra la violencia a la mujer y la Fundación Salesiana PACES, a redes de la comunidad salesiana. Sin embargo, no se ha conformado ninguna red que agrupe a las iniciativas productivas dedicadas a la inserción socio-laboral de colectivos vulnerables. Para la directora de FINE, entidad promotora de la panadería el Tulipán, indica que en Ecuador no se motiva

⁴⁹ AERESS es una asociación sin ánimo de lucro, que se dedican a la reducción, reutilización y reciclaje de residuos, con un objetivo de transformación social y de promoción de la inserción socio-laboral de personas en situación o en riesgo de exclusión social. Actualmente AERESS representa a 50 entidades especializadas en la inserción socio laboral y la gestión de residuos, con presencia en 14 comunidades autónomas. Para más detalle visite su portal web: <http://www.aeress.org/>

la creación de redes porque los beneficios que se ofrecen a las asociadas no son importantes, incluso menciona que hay muchas organizaciones que se han separado de ellas, ya que lo único que obtienen es compartir información y capacitación que es de carácter muy general, sin ajustarse a las necesidades específicas de cada organización. Por otra parte, en el caso de la Asociación Mujeres con Éxito, al no conocer sobre iniciativas similares no se han articulado con otras. Finalmente, los emprendimientos juveniles impulsados por PACES tampoco se han conformado redes. El director de PACES, indica que aunque los beneficios serían muchos: incidencia en políticas públicas, replicar buenas prácticas y el aprendizaje; sin embargo, no se han conformado redes porque no conocen de iniciativas similares.

En resumen, las empresas de inserción de Cataluña y de la Comunidad Valenciana, forman parte de organismos que integran las EI de cada Comunidad Autónoma, La FEICAT y La AVEI en Cataluña y en la Comunidad Valenciana respectivamente y a un nivel más alto y en conjunto con las otras federaciones integran la Federación de Asociaciones de Empresas de Inserción Españolas (FAEDEI). En el caso de Salta, la existencia de una red ha facilitado los procesos de constitución y de consolidación. Además, pertenecen a redes relacionadas con la actividad económica en la que se desenvuelven, como es el caso de Reci plana que pertenece a AERESS. El criterio de los directivos de las iniciativas que son objeto de análisis, apuntan que el integrarse en redes ha favorecido tanto en los procesos de constitución como de funcionamiento de las EE.II. Por lo tanto, la conformación de redes sociales en Cataluña y en la Comunidad Valenciana, se considera que afecta positivamente a la creación y funcionamiento de las EE.II.

Por otro lado, las iniciativas productivas ecuatorianas, aunque conocen de los beneficios del trabajo en red, no se han integrado en redes, sobre todo porque no conocen de iniciativas similares y las redes que están conformadas no agrupan entidades con similares intereses. Por lo tanto, en Ecuador el entorno relacionado con la conformación de redes es considerado negativo frente a la creación de EE.II.

6.4.2.5 La legislación en la creación de las EI

Dentro de los factores relacionados con la creación de EI, en este apartado se considera que la existencia de un marco jurídico que regule el funcionamiento de la EI, está positivamente relacionada con la creación de empresas.

En el caso de la Fundación Ared la aparición de la Ley fue determinante en la creación de la EI Salta. Considerando que la Fundación Ared ya desarrollaba actividades económicas productivas con el propósito de favorecer la inserción laboral de mujeres en situación vulnerable, la aparición de la Ley favoreció en primer lugar a la creación de la nueva forma empresarial de EI, lo que permitió dirigir las actividades productivas hacia Salta. En segundo lugar, el texto de la Ley prometía el soporte económico que era muy necesario para el funcionamiento de la EI, sin embargo, la directora de su entidad promotora señala que en la aplicación de la Ley, Salta debió afrontar un problema que no habían considerado: como la Fundación Ared ya venía trabajando en la inserción socio-laboral, ya contaba con 12 contratos indefinidos los que fueron trasladados a Salta, entonces la plantilla de la EI al empezar estuvo integrada por el 100% de personas en situación vulnerable, lo que hizo que las ayudas fueran intraducibles para ese 100%, forzando a reducir el número de las personas vulnerables de la plantilla. Adicionalmente señala que la Ley de Mecenazgo no está favoreciendo a la financiación de las EI, ya que a través de ellas se entrega incentivos a los donativos, donaciones y aportaciones que se hagan a favor de entidades sin fines de lucro, pero dentro de los beneficiarios no se incluyen a las EI⁵⁰, por lo tanto, las personas y empresas prefieren entregar donativos y aportaciones a las fundaciones y otras organizaciones que pueden entregar un certificado de donativo que les faculta desgravar sus impuestos. Por otro lado, Passar Vía se constituyó en el año 1998, antes de la existencia de la Ley, por lo tanto, en este caso la legislación no fue determinante en el proceso de creación, sin embargo, la legislación ha permitido a Passar Vía acceder a las ayudas como subvenciones y el acceso a la compra pública, derechos que le otorga la Ley al estar registrada como EE.II.

⁵⁰Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Artículo 16. Entidades beneficiarias del mecenazgo.

Los incentivos fiscales previstos en este Título serán aplicables a los donativos, donaciones y aportaciones que, cumpliendo los requisitos establecidos en este Título, se hagan en favor de las siguientes entidades:

a) Las entidades sin fines lucrativos a las que sea de aplicación el régimen fiscal establecido en el Título II de esta Ley.

b) El Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, así como los Organismos autónomos del Estado y las entidades autónomas de carácter análogo de las Comunidades Autónomas y de las Entidades Locales.

c) Las universidades públicas y los colegios mayores adscritos a las mismas.

d) El Instituto Cervantes, el Institut Ramon Llull y las demás instituciones con fines análogos de las Comunidades Autónomas con lengua oficial propia.

e) Los Organismos Público de Investigación dependientes de la Administración General del Estado.

En la Comunidad Valenciana al igual que en Cataluña, antes de la aparición de la legislación, ya existían Fundaciones que estaban trabajando en la inserción socio-laboral de colectivos vulnerables. Es el caso de la Fundación Tots Units que realizaba actividades de formación y actividades económicas productivas previas a la existencia un marco regulatorio en la Comunidad Valenciana y aunque preveían crear una EE.II., la falta de un marco normativo no lo permitía. A partir de la promulgación de la Legislación, la Fundación Tots Units se constituye como la entidad promotora de Reciplana, y con ello consigue separar las actividades productivas de la Fundación Tots Units y también acceder a las subvenciones determinadas en la ley para financiar parte de las actividades no productiva de Reciplana. Por lo tanto, se deduce que la existencia de legislación afecto de forma positiva tanto en la etapa de creación como de desarrollo de Reciplana. En el caso de Nova Feina, de la experiencia adquirida en su participación en el estudio de factibilidad de crear una EI en Alicante, perciben que el marco jurídico tanto estatal como autonómico es muy restrictivo por sus exigencias. Por una parte, representan una pesada carga burocrática que en muchos casos llevan a dedicar más tiempo a la justificación de las acciones que al trabajo efectivo de la EE.II. Por otra parte, la misma ley limita la distribución de beneficios, lo que impide el uso de ciertas formas de financiación, como fondos de capital riesgo y otros tipos provenientes del mundo anglosajón que buscan cierta rentabilidad. El directivo de Nova Feina cree que es necesaria la flexibilización de la distribución de beneficios, sin que el objeto sea el lucro o la maximización de beneficios, ello motivaría a muchas personas que en lugar de tener sus ahorros en plazos fijos, con intereses muy bajos, pueden apoyar a emprendimientos sociales. Además, apunta a la carencia de legislación que puede apoyar a mejorar los emprendimientos sociales, entre ellas, una ley que trate sobre las responsabilidades y del riesgo del patrimonio, una ley de segundas oportunidades y finalmente que se contemple una figura jurídica de Empresa B o Corporación B⁵¹ u otra específica para este tipo particular de empresas.

En Ecuador, todas las iniciativas de Economía Popular y Solidaria son reguladas por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, que entro en vigencia en mayo del año 2011. Pero a diferencia de lo que sucede

⁵¹La Empresa B (ó *B Corporation*) es un tipo de empresa que utiliza el poder del mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales.

en las Comunidades Autónomas españolas, en el Ecuador no existe una legislación específica para regular el funcionamiento de las EE.II. y en consecuencia la figura de EE.II. o una equivalente tampoco ha sido reconocida, ni existe un registro de este tipo de iniciativas. En el caso de la Panadería El Tulipán la Ley que regula a las iniciativas de Economía Popular y Solidaria no ha sido determinante para su creación ya que la misma se estableció antes de la promulgación de esta Ley. En cambio, la Ley Orgánica de Discapacidades en Ecuador en su artículo 47⁵², que obliga al empleador que cuente con un mínimo de 25 trabajadores a contratar un mínimo de 4% de personas con discapacidad, ha sido vista como una oportunidad para realizar procesos de inclusión laboral de personas con discapacidad. Debido a que gran parte de personas con discapacidad no tienen la cualificación necesaria para ser integradas en el mercado laboral normalizado, FINE realiza un convenio con las empresas que deben cumplir con la normativa y a través de la fórmula de trabajo protegido a distancia, garantiza que la persona con discapacidad pueda cumplir con las tareas encomendadas por la empresa mediante tutorías y procesos terapéuticos con profesionales. Es decir, el empleado en las instalaciones y bajo la tutoría de profesionales de FINE realiza actividades requeridas por la empresa como la elaboración de tarjetas, empaquetado de productos, elaboración de galletería para la cafetería de la empresa entre otras.

En el caso de la Asociación Mujeres con Éxito, la legislación no ha sido determinante en los procesos de creación o desarrollo de la iniciativa. La directora de su entidad promotora señala que la legislación todavía no cubre su ámbito de actuación y que la legislación sobre Economía Popular y Solidaria se ha limitado a hacer más visibles a ciertas iniciativas y aunque en la ley se contempla situaciones que favorecería a estas iniciativas en el campo de la praxis no se cumplen, es el caso que estas iniciativas no tienen acceso a participar en la compra pública. En el caso de los emprendimientos juveniles impulsados por PACES, La existencia de la legislación que afecte a estas iniciativas es muy limitada, por lo tanto, no ha sido determinante en ninguna etapa. El director de PACES señala que

⁵²Art. 47.- Inclusión laboral.- La o el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco (25) trabajadores está obligado a contratar, un mínimo de cuatro por ciento (4%) de personas con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, procurando los principios de equidad de género y diversidad de discapacidades.

éstas iniciativas están incursionando en un sector dónde todavía no existe un marco jurídico; sin embargo, existen oportunidades para realizar procesos de inserción socio-laboral razón por la que PACES promueve este tipo de iniciativas. De hecho, solamente una iniciativa ha participado como oferente en la compra pública, pero lo hizo únicamente en contratos de menor cuantía⁵³. Las otras dos EI, expresan que al ser pequeños productores tienen dificultades para proveer las cantidades totales demandadas por la AA.PP. o porque los costes y precios de las EI son más altos que los precios de las empresas capitalistas.

En resumen, En Cataluña la existencia de legislación sobre EI, trajo consigo la aparición de una nueva figura empresarial y también de las ayudas a la contratación que se estipulaban en ella y además como la Fundación Ared ya trabajaba en la inserción socio-laboral de mujeres vulnerables, la aparición de la ley fue motivó crear Salta. En el caso de Passar Via, aunque la Ley no fue determinante en el proceso de constitución, si contribuyo en el proceso de desarrollo ya que permitió el acceso a las subvenciones y a la compra pública.

En el caso de Reciplana Recuperacions, la fundación Tots Units, considero que la aparición de la Legislación fue una oportunidad para dirigir las actividades productivas hacia una EI, esto favoreció la constitución de Reciplana Recuperacions. En cambio, de la experiencia del estudio de factibilidad de una EI, el directivo de Nova Feina, señala que la Legislación tanto autonómica como estatal no está fomentando la creación de nuevas EI, ya que exige a las EI una pesada carga burocrática y limita la distribución de

⁵³ LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA: Art. 51.- Contrataciones de menor cuantía.- Se podrá contratar bajo este sistema en cualquiera de los siguientes casos:

1. Las contrataciones de bienes y servicios no normalizados, exceptuando los de consultoría cuyo presupuesto referencial sea inferior al 0,000002 del Presupuesto Inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico;
2. Las contrataciones de obras, cuyo presupuesto referencial sea inferior al 0,000007 del Presupuesto Inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico;
3. Si fuera imposible aplicar los procedimientos dinámicos previstos en el Capítulo II de este Título o, en el caso que una vez aplicados dichos procedimientos, éstos hubiesen sido declarados desiertos; siempre que el presupuesto referencial sea inferior al 0,000002 del Presupuesto Inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico.

En los casos de los números 1 y 3 se podrá contratar directamente. En el caso previsto en el número 2 se adjudicará el contrato a un proveedor registrado en el RUP escogido por sorteo público de entre los interesados previamente en participar en dicha contratación.

De requerirse pliegos, éstos serán aprobados por la máxima autoridad o el funcionario competente de la Entidad Contratante y se adecuarán a los modelos obligatorios emitidos por el Instituto Nacional de Contratación Pública.

beneficios, que son buscar lucro puede motivar a que las personas financien a las empresas sociales. Además, advierte la carencia de normativa que afectaría positivamente a la creación de EI, entre ellas una legislación que trate sobre las responsabilidades y riesgo del patrimonio, una ley de segundas oportunidades y que se contemple una forma jurídica específica para estas iniciativas

Por otro lado, las iniciativas ecuatorianas, se rigen por la ley de Economía Popular y Solidaria. Sin embargo, la falta de legislación específica de la normalización y funcionamiento de las empresas de inserción socio-laboral ecuatorianas, conlleva una falta de reconocimiento de la forma y de medidas de fomento hace que el entorno en este aspecto sea considerado negativo frente a la creación de nuevas iniciativas.

7 CONCLUSIONES

El desarrollo de este apartado está integrado por tres partes. En la primera parte se presentan las principales conclusiones de la Tesis Doctoral, en la segunda parte la exposición de las limitaciones del trabajo realizado y en la tercera parte una propuesta de futuras líneas de investigación.

7.1 Principales conclusiones de la Tesis Doctoral.

La primera conclusión que se obtiene de la realización de estas Tesis Doctoral confirma que se ha cumplido con el objetivo principal que consistía en:

“Validar la existencia de una relación entre factores del entorno con la creación de empresas sociales, considerando tanto los factores institucionales formales e informales”.

Se considera que esta Tesis Doctoral aporta resultados relevantes, respecto a los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales, línea de investigación en la que los estudios muy escasos. Este trabajo presenta un primer acercamiento hacia el estudio de los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales, describe los principales factores asociados y realiza un análisis de los entornos institucionales de tres regiones.

Para conseguir el objetivo principal, se trazaron una serie de objetivos secundarios que se han ido cumpliendo en el desarrollo de la misma. Con respecto al primer objetivo secundario:

“Analizar y sintetizar conceptos esenciales en torno al emprendimiento social, las empresas sociales y la innovación social”

Este objetivo se alcanzó a través de una revisión bibliográfica que nos llevó a confirmar que en la actualidad no existe consenso en torno a definiciones que sean universalmente aceptadas sobre emprendimiento social y empresa social. Sin embargo, se pudo constatar la existencia de elementos comunes entre algunas propuestas de definiciones aportadas por varios autores. Entre estos elementos destacan tres: el primero es la creación de valor social, que puede calificarse como la creación de riqueza para la sociedad, a través de la eliminación de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a sectores debilitados o que carecen de voz y la mitigación de efectos secundarios indeseados de la actividad

comercial. El segundo elemento está relacionado con el compromiso que asume el emprendedor social para desarrollar nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios orientados a satisfacer necesidades sociales de colectivos desatendidos. En tercer y último lugar, la identificación de una oportunidad a partir de constatar la existencia de una necesidad social insatisfecha es motivo suficiente para que surja el emprendimiento social, sin condicionar la existencia de un mercado potencialmente rentable. Una propuesta de definición de empresa social que desde este trabajo se puede aportar es la siguiente:

Las empresas sociales surgen como iniciativa voluntaria, de individuos o colectivos de la sociedad civil, que al identificar problemas sociales o medioambientales, plantean y desarrollan soluciones diferentes, que buscan cumplir con una doble misión. Por un lado, generar cambios positivos en las regiones en dónde están emplazadas y, por otro lado, tratan de conseguir su viabilidad económica que garantice su sostenibilidad y permanencia en el tiempo.

Del análisis de la literatura se concluye que tampoco existe acuerdo con respecto a la definición de innovación social; sin embargo, entre las propuestas de definiciones más aceptadas, destaca la dada por Morales (2008), que define a la innovación social como una acción endógena o intervención exógena (surgida desde las personas necesitadas o desde las que quieren ayudar) de desarrollo social (que mejora el bienestar y la cohesión social) producida mediante un cambio original y novedoso en la prestación de un servicio o en la producción de un bien (admite diferentes formas de manifestación intangibles o tangibles) logrando unos resultados (existen indicadores objetivables del cambio producido) generalmente mediante un sistema en red (adquieren mayor protagonismo las relaciones interorganizativas más que las intraorganizativas) que son potencialmente reproducibles (tiende a su difusión ilimitada en lugar de su reproducción restringida o controlada)”. Dentro de las características distintivas de la innovación social se han identificado cuatro: la primera es la originalidad, que no sorprende por su complejidad técnica, sino por su eficacia al resolver los problemas; la segunda característica está relacionada con el desarrollo de innovaciones que destacan por tener un alto componente intangible, tanto en los servicios que ofrece como en los procesos de la organización; la tercera característica de las innovaciones sociales es la tendencia a la difusión libre y a la expansión del conocimiento adquirido, debido a que no buscan conseguir ventajas

competitivas en el mercado, permitiendo a los emprendedores sociales aprovechar el conocimiento y las experiencias de otras organizaciones para cumplir sus propósitos; y finalmente, la innovación social a través de la generación de capital social, de la cooperación a nivel micro y de la organización de la ciudadanía a nivel macro puede cumplir su misión orientada a la satisfacción de las necesidades básicas de la colectividad.

Con respecto al segundo objetivo secundario planteado:

"Determinar las diferencias existentes entre el emprendimiento comercial y el emprendimiento social."

Fue resuelto a través de una revisión bibliográfica y aplicando el modelo de emprendimiento comercial de Sahlman, se describieron los rasgos que distinguen a los emprendimientos sociales de los comerciales a partir de cuatro componentes interrelacionados: los recursos, el contexto, los acuerdos y la oportunidad.

Por un lado, se considera que los emprendimientos sociales tienen mayores dificultades para compensar al personal, esto hace que dependan de voluntarios y de empleados con intereses filantrópicos interesados en generar valor social y que no busquen la creación de riqueza privada, es decir que den valor a la compensación no pecuniaria de su trabajo por implicaciones y valores sociales. Con respecto a los recursos financieros, los emprendimientos sociales muestran dificultades para acceder a los mismos mercados de capitales por lo tanto deben mantener una sólida reputación que genere confianza entre sus colaboradores y la voluntad de invertir en una empresa social y su misión.

Por otro lado, el contexto sin duda afecta a ambos tipos de emprendimiento; sin embargo, el impacto que tiene éste sobre los emprendimientos sociales es diferente. Las condiciones adversas del entorno como las crisis económicas tienden a intensificar necesidades sociales, creando oportunidades para emerger a nuevas empresas sociales, incluso a pesar de existir un entorno de financiación adverso. Es decir, los mecanismos de selección de mercados en los emprendimientos sociales suelen ser menos intensivos, debido a que los efectos del entorno son menos enérgicos y actúan lentamente. También se puede sugerir que los emprendedores sociales prestan menos atención al contexto, avanzan sin una comprensión clara de su impacto debido a que los efectos son bastante ambiguos. Ante un buen desempeño no suelen ser recompensados en forma de mayor financiación y ante un inferior desempeño tampoco suelen ser castigados. Razón por la cual se manifiesta

que la disciplina del mercado, al parecer, se aplica menos en los emprendimientos sociales.

Con respecto a la oportunidad, concebida como una actividad que requiere la inversión de recursos escasos con la esperanza de conseguir beneficios, considerando que los beneficios esperados son diferentes dependiendo del tipo de emprendimiento, también lo será perspectiva de lo que constituye una oportunidad. Una oportunidad para un emprendimiento comercial estará condicionada a la existencia de un mercado creciente y representativo de la industria con un alto potencial de rentabilidad y por lo tanto estas oportunidades serán escasas; en cambio, para el emprendimiento social: una falla de mercado, una necesidad social insatisfecha o un problema medioambiental representa una oportunidad, por lo tanto, serán muy numerosas. También es diferente la forma en la que cada emprendimiento explota la oportunidad. Mientras el emprendimiento económico tradicional se enfoca en solucionar nuevos problemas, el emprendimiento social se centra generalmente en atender viejos problemas de forma eficiente e innovadora.

Finalmente, los términos de los acuerdos que permiten la provisión de recursos necesarios a los emprendimientos sociales suelen ser diferentes debido a la forma en la que se movilizan los recursos y en la forma en la que se mide el desempeño. Para reclutar, retener y motivar al personal y a los miembros y patrocinadores, se emplean fórmulas más creativas, incluso afrontar el reto de proporcionar valor a un grupo heterogéneo de *stakeholders*. La relación existente entre los clientes o usuarios y el emprendedor social difiere a la existente entre los clientes o usuarios y emprendedores comerciales. Aunque en las empresas sociales sus clientes o usuarios tienen suficiente capacidad e influencia moral para influir en las decisiones, en algunos casos tienen escaso poder económico, por lo que además deben considerar entre sus clientes a quienes proveen la financiación. Además, el tiempo y la flexibilidad en las transacciones realizadas difieren notablemente entre el emprendimiento social y el comercial. Así, mientras que los inversores en los emprendimientos comerciales otorgan cierta libertad para utilizar el capital hacia áreas con mayor potencial de crear valor para la empresa, los inversores de empresas sociales ponen a disposición de la organización solo una porción de las necesidades de capital durante un período corto de tiempo. Por otro lado, con respecto a los acuerdos existentes entre inversionistas y emprendedores sociales, existe mucha más incertidumbre debido a la complejidad que implica medir el impacto social generado.

Respecto al tercer objetivo secundario planteado:

“Establecer porqué se considera a la teoría institucional de Douglas North como el marco teórico adecuado para el análisis de la creación de empresas sociales”

Este objetivo también fue cumplido. Partiendo de la revisión de las propuestas teóricas más importantes que desde distintos enfoques y niveles han abordado la creación de empresas, se evidenció que la Teoría Institucional de Douglass North, puede considerarse el marco adecuado para el análisis de la creación de empresas sociales. En esta Teoría se considera la existencia de instituciones formales e informales, que en forma de reglas o normas constituyen incentivos y oportunidades para el emprendedor social.

North al desarrollar su teoría institucional se percató que las teorías que explicaban el desarrollo económico no eran adecuadas, puesto que las teorías neoclásicas suponen erróneamente un intercambio sin fricciones, es decir, consideran un mundo en dónde los derechos de propiedad están perfectamente especificados, que ello no representa algún coste y dónde la información está disponible gratuitamente. Es decir, no consideran que efectuar transacciones en el mundo real es costoso. Otro aspecto que se considera dentro del marco institucional, es que el comportamiento humano es mucho más complejo que el que asume la función de utilidad individual, utilizado por los modelos económicos ortodoxos, ya que el ser humano no actúa únicamente motivado por la maximización de los beneficios económicos, sino que algunas veces lo hará de forma altruista y de acuerdo a las restricciones impuestas; en estos casos, las decisiones tomadas serán diferentes a las previstas por las teorías convencionales.

Con respecto al cuarto objetivo secundario:

“Conocer cuáles son los principales factores institucionales relacionados con la creación de empresas sociales.”

Para la consecución de este objetivo, se plantea como estrategia el desarrollo de un estudio empírico que a través de un análisis Delphi que considerando el criterio de expertos académicos y profesionales con reconocido prestigio en las áreas de la creación de empresas y la Economía Social. Exponen una serie de los principales factores institucionales formales e informales relacionados en la creación de empresas sociales.

Los resultados obtenidos de este análisis sugieren, en primer lugar, que los factores del entorno serían los más importantes, por encima de las características individuales del

equipo emprendedor y de los factores organizacionales. Aunque este resultado no constituye una conclusión categórica, si validaría la importancia que tiene el estudio y entendimiento de los factores del entorno relacionados con la creación de empresas sociales.

En segundo lugar, los resultados de este análisis sugirieron también que los factores institucionales informales tienen mayor incidencia que los factores institucionales formales en la creación de empresas sociales

Y, sugirieron una serie de factores institucionales que afectan positivamente a la creación de empresas sociales. Entre estos:

Los factores institucionales informales que promueven la creación de empresas sociales serían: los valores culturales entendidos como la valoración que la sociedad otorga a las empresas sociales respecto a su capacidad para resolver problemas; la percepción de que es viable crear empresas sociales; la percepción de que la AA.PP. no tiene capacidad para resolver ciertos problemas sociales y medioambientales; y, la conciencia de que existen necesidades sociales insatisfechas

Los factores institucionales formales que promueven la creación de empresas sociales fueron identificados en este análisis son: la existencia de medidas de apoyo no financiero como la disponibilidad de servicios de seguimiento y asistencia a empresas sociales, que las medidas fiscales beneficien a las empresas sociales, que los trámites para constituir una empresa social sean reducidos, que existan viveros de empresas sociales y que se incorporen criterios sociales en los contratos; la existencia de programas educativos que estén orientados a desarrollar una actitud emprendedora; La disponibilidad de instrumentos de financiación para las empresas sociales, como préstamos diferenciados, la disponibilidad de formas alternativas de financiación (micro créditos, la financiación colectiva o *crowdfunding*, el capital riesgo social), que las empresas sociales puedan acceder a las subvenciones y donaciones y que puedan financiarse a través de la propia actividad de la empresa social; La existencia de redes que permita el acceso a la información, a recursos materiales, a identificar problemas y a crear capital social. Finalmente, que exista legislación favorable a las empresas sociales en materia laboral, en la contratación pública y en materia de financiación.

El quinto objetivo secundario:

“Contrastar los entornos institucionales formales e informales que afectan a la creación de empresas sociales en territorios con distinto nivel de desarrollo en la creación de Empresas Sociales”.

Para conseguir este objetivo se desarrolló una segunda parte del estudio empírico en el cual, se aplicó el método del caso para validar la existencia de una relación entre factores institucionales formales e informales y la creación de empresas de inserción socio laboral, una de las formas más reconocidas de empresa social. Para valorar el entorno institucional relacionado con la creación de empresas sociales se tomaron como referencia los resultados del estudio Delphi y a partir de estos resultados se elaboró un guión que fue aplicado a distintos casos en cada uno de los territorios que fueron objeto de análisis.

Los factores institucionales informales analizados en esta etapa son: a) la percepción sobre la valoración que otorga la sociedad a las empresas de inserción socio-laboral, b) la percepción de que las EE.II. pueden participar en el mercado, c) La percepción sobre quién es el responsable de responder a las necesidades sociales, d) La existencia de componentes sociales y culturales relacionados con la creación de EE.II., e) La percepción sobre los efectos del avance tecnológico en la creación de EE.II, y finalmente f) la percepción sobre el efecto de la globalización sobre la creación de EE.II.

Los resultados conseguidos en esta fase, sugieren que: la percepción de que es deseable crear una empresa social porque generan bienestar para la sociedad, la percepción que es financieramente viable crear y sostener una empresa social; la percepción que la sociedad puede aportar con soluciones a los problema sociales, sin desconocer que también es competencia de las AA.PP; y la existencia de componentes arraigados en la cultura de los territorios, puede favorecer positivamente a la creación de este tipo de empresas.

Con respecto al avance tecnológico, aunque no ha sido visto como importante en la creación de las EE.II. en ninguna de las regiones analizadas, existen criterios polarizados entorno a este factor por considerarlo como fuente futura de oportunidades, pero también como también como fuente de generación de exclusión, situación de preocupa a las EE.II. en dónde, generalmente, se practica un trabajo intensivo en mano de obra y con baja cualificación. Lo mismo sucede respecto a los efectos de la globalización. Los criterios se polarizan en torno a que pueden aportar oportunidades, permitiendo la libre difusión

de conocimiento y experiencias de iniciativas que pueden ser replicadas en otras regiones; pero, por otro lado, favorecen la aparición de prácticas como la deslocalización de la producción que deteriora la calidad del empleo local. Por lo tanto, es necesario realizar trabajos que trate en profundidad a estos factores.

Por otra parte, se analizaron los siguientes factores institucionales formales: a) la existencia de mecanismos de apoyo no económicos, b) los programas educativos, c) la disponibilidad de instrumentos de financiación, d) la conformación de redes sociales y e) la legislación.

La literatura que trata la creación de empresas sociales señala que uno de los aspectos fundamentales a considerarse en este proceso es la sostenibilidad. Teniendo en cuenta que las EE.II. al tratar de compatibilizar la generación de valor social y la generación de valor económico necesarias para su subsistencia. Además, sus directivos tienden a mantener un perfil profesional del área social con baja profesionalización en áreas de gestión de empresas. Esto hace que las EE.II. tengan serias dificultades respecto a la sostenibilidad.

Por lo tanto, se sugiere que la presencia de factores institucionales formales que en el grado que faciliten la viabilidad económica de las EE.II. promoverán la creación de nuevas EE.II.

Los resultados señalan que es necesario potenciar el conocimiento de la sociedad respecto a las empresas sociales, por lo tanto, se puede intuir que el incorporar aspectos relacionados con emprendimiento social tanto en los programas educativos formales como los informales, promoverá la creación de este tipo de empresas.

El análisis de los resultados obtenidos permite deducir que es el entorno institucional que mejor promueve la creación de EE.II es el de Cataluña; y, el entorno que peor promueve la creación de las EE.II es Ecuador. Los resultados de contrastar los entornos instituciones muestran una notoria diferencia entre la existencia de factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de EE.II. Sin embargo, considerando que en Cataluña y en la Comunidad Valenciana las condiciones del entorno institucional respecto a: la existencia de mecanismos de apoyo no económicos, la existencia de programas educativos que promueven el emprendimiento, la disponibilidad de instrumentos de financiación, la conformación de redes y la existencia de un marco legal, que en parte es compartido; guardan mucha semejanza. Sin embargo, llama la atención que en Cataluña

se hayan creado 60 EE.II, mientras que en la Comunidad Valenciana, solo 7. Estos resultados nos llevan a intuir que esta diferencia pueda atribuirse a la existencia de los factores institucionales informales que con mayor intensidad están promoviendo la creación de EE.II en Cataluña. Este hecho respalda a la literatura que señala que son las instituciones informales las que mayor incidencia tienen en la creación de empresas.

Con respecto al sexto objetivo secundario planteado:

“Recomendar acciones genéricas para conseguir un entorno institucional más adecuado para el florecimiento de nuevas empresas sociales”

Adicionalmente como parte de las conclusiones extraídas como resultado del desarrollo de esta Tesis Doctoral, se puede realizar una serie de recomendaciones que permitan obtener un ecosistema que promueva la creación de empresas sociales. Entre ellas:

- a) Promover cambios institucionales orientados a mejorar la percepción que tiene la sociedad con respecto al reconocimiento, la viabilidad y la necesidad de crear empresas sociales

Los esfuerzos deben ir encaminados al reconocimiento y difusión del potencial que tienen las empresas sociales de crear valor social para el bien público. Además, es necesario demostrar que es posible crear empresas en las que los fines sociales, medioambientales o en favor de la comunidad tienen prioridad y que sean financieramente autónomas, no dependientes de las AA.PP. ni de las donaciones filantrópicas; es decir, crear una empresa social que sea técnica y financieramente viable, incluso en escenarios de crisis, donde la financiación se vuelve cada vez más escasa.

La sociedad debe reconocer que, aunque la provisión de servicios orientados a conseguir el bienestar social es competencia de las AA.PP., debe existir un sentimiento de corresponsabilidad. Las AA.PP. puede contar con el apoyo de las empresas sociales, ya sea por sus limitaciones presupuestarias o por la complejidad de solventar necesidades de grupos minoritarios, ya que los servicios públicos han sido diseñados para satisfacer un conjunto de necesidades sociales de la mayoría de habitantes. En tal caso, las empresas sociales pueden especializarse en proveer servicios a grupos minoritarios con necesidades específicas.

Es necesario concienciar a la sociedad sobre los efectos negativos que generan algunas prácticas capitalistas como: la acumulación de la riqueza y la generación de desigualdad, La precariedad y exclusión del mercado laboral y la explotación, transformación y desecho de recursos naturales limitados.

Es necesario realizar cambios institucionales que generen una sociedad reflexiva, que participe en la búsqueda de soluciones, especialmente en el caso de los emprendedores que han desarrollado aptitudes y actitudes, que junto con el compromiso y responsabilidad tienen alto potencial de crear una empresa social exitosa.

b) Mejorar la oferta de servicios de apoyo a la creación y al fortalecimiento de las empresas sociales

Es necesario brindar servicios de apoyo a la creación de empresas sociales, los cuales pueden ser provistos tanto por las AA.PP. como por iniciativas privadas. Los resultados de esta investigación muestran que la existencia de mecanismos de apoyo, en todas las fases, son necesarios para reducir la mortalidad de este tipo de empresas.

Para promover la creación y fortalecimiento de las empresas sociales, las AA.PP. deben favorecer a las empresas sociales a través de practicar una compra pública responsable y reducir los trámites administrativos necesarios tanto en la etapa de constitución como en la de consolidación de las empresas sociales. Además, al ser un sector con baja profesionalización en gestión, la disponibilidad de servicios de seguimiento y asistencia a las empresas sociales son imprescindibles. Es notoria la falta de disponibilidad de incubadoras de empresas sociales, que proporcionen servicios como la dotación de espacio físico, la búsqueda de la financiación, la asesoría, el *networking* y otros servicios básicos necesarios que conseguirán impulsar el crecimiento y éxito de éstas.

c) Promover la cultura del emprendimiento social a través de programas educativos

Es necesario promover la cultura del emprendimiento social a través del sistema educativo. El incorporar la enseñanza de habilidades empresariales en todos los niveles del sistema educativo formal (primaria y secundaria, la formación profesional y superior y en la educación de adultos) contribuirá a favorecer la creación de todo tipo de empresas. Se espera que las personas que han obtenido las competencias y habilidades de

emprendedor puedan abordar nuevos retos sociales a través de la creación de una empresa social.

- d) Mejorar la disponibilidad de diversas fuentes de financiación para empresas sociales

Los fondos provenientes de subvenciones y donaciones son cada vez más escasos, razón por la cual las empresas sociales necesitan disponer de nuevas fuentes de financiación que les permitan no depender de las ayudas de las AA.PP. Las características de las empresas sociales hacen que los instrumentos de financiación empleados en los proyectos empresariales no sean adecuados para estas empresas; por lo tanto, es necesario que exista una oferta de servicios financieros creados para satisfacer las necesidades particulares de las empresas sociales. Para su fomento, los esfuerzos deben ir orientados a facilitar el desarrollo de nuevos instrumentos de financiación que sean accesibles, flexibles, constantes y a largo plazo, que proporcionen condiciones más favorables que las que ofrecen la banca tradicional y que además permitan que la sociedad pueda invertir de forma segura en iniciativas sociales o medioambientales, pero también obteniendo una rentabilidad económica. Además, es posible impulsar la creación de nuevas empresas sociales, a través del uso de medios alternativos de financiación como el *crowdfunding* o micro mecenazgo y los fondos de capital riesgo social que además del apoyo financiero, aportan conocimiento para aumentar el impacto en la sociedad.

- e) Fomentar la existencia de redes sociales formales.

Ya que las innovaciones sociales, por su naturaleza, tienden a ser abiertas y pueden ser replicadas, para crear un entorno más propenso a la creación de empresas sociales es necesario que la información, el conocimiento y la tecnología desarrollada por estas organizaciones, deba ser difundida a través de redes colaborativas con una participación activa entre empresas sociales, universidades y AA.PP. Sin duda, una de las estrategias para potenciar el alcance de las mismas es incorporar el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).

- f) Desarrollo de un marco legal que favorezca a la creación de empresas sociales.

Aunque los resultados de la investigación muestran que las regulaciones legales, no han sido determinantes en la decisión de crear una empresa social. Sin embargo, es necesario

que se adopten verdaderas políticas de apoyo a la creación de empresas sociales. Que se desarrolle un marco legal que sea favorable a la creación de empresas que considere que las empresas sociales, requieren un trato diferenciado en la forma de tributar, que la normativa debe ser flexible para permitir el desarrollo de nuevas iniciativas, consintiendo que adopten las formas jurídicas que se ajusten a su modelo de actuación y sobre todo que no constituya una barrera que sortear, sea en la etapa de constitución o en procesos como la auditoria o financiación de la empresa social.

A nivel general se puede intuir que el cambio institucional dirigido a uno de sus componentes puede presentar efectos en otro. Si el cambio institucional es positivo se convertirá en un círculo virtuoso que promoverá la creación de nuevas empresas sociales; pero si el cambio es negativo, se convertirá un círculo vicioso que limitará la creación de nuevas empresas sociales.

7.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación

Las limitaciones que surgieron del desarrollo de esta Tesis Doctoral se derivan de los siguientes aspectos: sobre el objetivo, el metodológico, por la edad de los acontecimientos, sobre las medidas utilizadas.

En cuanto a la metodología. En el desarrollo de esta Tesis Doctoral se aplicó una metodología empírica cualitativa, a través del uso de herramientas como el método Delphi y el método del caso; por consiguiente, considerando el pequeño tamaño de la muestra y porque los casos elegidos podrían no ser representativos se puede deducir que los resultados obtenidos no pueden extrapolarse al conjunto de entornos institucionales. En ese sentido es necesario aplicar otro tipo de metodología, que a través de técnicas cuantitativas, genere evidencia empírica y datos confiables y comparables que puedan ser compartidos y permitan avanzar en el estudio de los factores institucionales.

Por otro lado, parte del estudio empírico se centró en el estudio específico de las empresas de inserción socio laboral. Aunque son la forma más reconocida y aceptada de las empresas sociales en Europa, también existen empresas sociales de otros tipos, las que seguramente presentan nuevas particularidades que deben ser analizadas. En este sentido, se puede trabajar en futuras líneas de investigación en las que se incluyan a otros tipos de empresas sociales.

Otra de las dificultades que han sido descubiertas en el desarrollo de la esta Tesis, es la dificultad que implica medir variables relacionadas con los factores institucionales informales, relacionados con la cultura y la percepción de sociedad respecto a las empresas sociales. Por lo tanto, como futura línea de investigación, se recomienda desarrollar nuevos modelos que faciliten la medición de los factores instituciones informales, que como esta, otras investigaciones sugieren son las que mayor incidencia tienen en la creación de empresas sociales.

Otra dificultad que se debió sortear para el desarrollo de estas Tesis Doctoral, es el hecho que aún la figura de empresa social es todavía desconocida en muchas regiones, con lo cual su estudio respecto a la identificación y a la cuantificación del sector implica una dificultad adicional. Por lo tanto, se recomienda también el desarrollo de líneas de investigación asociadas que trabajen en torno a la identificación y medición del impacto de estas organizaciones.

A pesar de las limitaciones mencionadas, se considera que esta Tesis Doctoral aporta con resultados relevantes, en una línea de investigación en la que los estudios son muy escasos, presentando un primer acercamiento hacia el estudio de los factores institucionales formales e informales relacionados con la creación de empresas sociales. Con el análisis de una diversidad de factores institucionales se contribuye a validar la importancia que tienen los factores institucionales en la creación de empresas sociales, y apoya los preceptos de la Teoría Institucional de Douglass North como un marco teórico adecuado para explicar las motivaciones o restricciones que provee el entorno frente a la creación de empresas sociales.

Para resolver las limitaciones que han sido expuestas, se plantea que como futuros trabajos de investigación se desarrollen modelos generales para el análisis del entorno institucional y se genere evidencia empírica y datos confiables y comparables, a través de técnicas cualitativas, para que estos datos puedan compartirse entre investigadores, interesados en impulsar el emprendimiento social y encargados de generar políticas públicas para dar forma a un entorno que fomente la creación de este tipo de empresas que redunde en beneficio de todos.

Para resolver las limitaciones que han sido expuestas, se plantea que como futuros trabajos de investigación se desarrollen modelos generales para el análisis del entorno institucional y se genere evidencia empírica y datos confiables y comparables, a través de técnicas cualitativas, para que estos datos puedan compartirse entre investigadores, interesados en impulsar el emprendimiento social y encargados de generar políticas públicas para dar forma a un entorno que fomente la creación de este tipo de empresas que redunde en beneficio de todos

8 BIBLIOGRAFIA

- ALDRICH, H.E. (1990). "Using an ecological perspective to study organizational founding rates". *Entrepreneurship Theory and practice*, No. 14, 7–24.
- ALDRICH, H.E., FIOLE, C.M. (2007). "*Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation*". *Entrepreneurship*. pp. 105–127.
- ALDRICH, H.E., MARTINEZ, M.A. (2001). "Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, No. 25, 41–56.
- ALGUACIL, M. (2012). "Empresas sociales y políticas europeas : los servicios sociales de interés económico general". CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, No. 75, 81–103.
- ALONSO, M.-J., GALVE, C. (2008). "El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución". *Acciones e Investigaciones Sociales*, No. 26, 5–44.
- ALVAREZ, C., URBANO, D. (2012). "Factores del entorno y creación de empresas : un análisis institucional". *Revista Venezolana de Gerencia*, No. 57, 9–38.
- ALVORD, S.H. (2004). "Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study". *Journal of Applied Behavioral Science*, No. 40, 260–282.
- ANDERSON, R.B., DANA, L.P., DANA, T.E. (2006). "Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "Opting-in" to the global economy". *Journal of World Business*, No. 41, 45–55.
- ANDINO, V. (2013). "*Políticas públicas para la economía social y solidaria Caso de estudio de Ecuador Compra pública inclusiva y circuitos económicos solidarios: visiones diversas del sector público y del movimiento social para hacer una economía coherente con el paradigma*". Quito.
- APONTE, M. (2002). "*Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: Un enfoque institucional*". Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- AUSTIN, J., STEVENSON, H., WEI-SKILLERN, J. (2006). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?". *Entrepreneurship Theory and Practice*, No. 30, 1–22.
- AVELLA CAMARERO, L., FERNÁNDEZ BARCALA, M. (2008). "Globalización y localización internacional ¿Oportunidad o amenaza para la empresa industrial española?". *Economía Industrial*, No. 370, 217–232.
- BASTIDAS-DELGADO, O., RICHER, M. (2001). "Economía social y economía solidaria: Intento de definición". *CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social*, No. 1, 1–27.
- BEGLEY, T., BOYD, D. (1987). "A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms". *Journal of Management*, No. 13, 99–108.

- BJØRNSKOV, C., FOSS, N. (2013). "How Strategic Entrepreneurship and The Institutional Context Drive Economic Growth". *Strategic Entrepreneurship Journal*, No. 7, 50–69.
- BODEMER, O.K. (1998). "La globalización. Un concepto y sus problemas". *Nueva Sociedad*, No. 156, 54–71.
- BOISOT, M., MACMILLAN, I.C. (2004). "Crossing epistemological boundaries: Managerial and entrepreneurial approaches to knowledge management". *Long Range Planning*, No. 37, 505–524.
- BONILLA, N., ROJAS, A. (2013). "*Una revisión de las tendencias en investigación sobre la innovación social: 1940-2012*". Granada.
- BRUNO, A. V, TYEBJEE, T.T. (1982). "The environment for entrepreneurship". *Encyclopedia of entrepreneurship*, No. 2, 288–315.
- CAJAIBA-SANTANA, G. (2014). "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework". *Technological Forecasting and Social Change*, No. 82, 42–51.
- CANTILLON, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. *Online Library of Liberty*.
- CASADO, D. (1994). "*Introducción a los servicios sociales*" Ed.Popular. Ed. Popular: Madrid.
- CASSON, M., ANDREW, G. (2007). "Revisiting the emergence of the modern business enterprise: entrepreneurship and the Singer global distribution system". *Journal of Management Studies*, No. 44, 1064–1077.
- CASTELLS, M. (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. *Revista la factoría*, pp.1–17.
- CERTO, S.T., MILLER, T. (2008). "Social entrepreneurship: Key issues and concepts". *Business Horizons*, No. 51, 267–271.
- CHELL, E. (2007). "Social Enterprise and Entrepreneurship". *International Small Business Journal*, No. 25, 5–26.
- COLLINS, C., LOCKER, E., HANGES, P. (2000). "*The relationship of need for achievement to entrepreneurial behavior: a meta-analysis*". College Park.
- COMMONS, J.R. (1931). "Institutional Economics". *American Economic Review*, No. 21, 648–657.
- CORAGGIO, J.L. (2005). *La Economía Social como vía para otro desarrollo social*. *Boletín Tecnología para la Organización Pública*, 12, pp.1–8.
- CORAGGIO, J.L., ARANCIBIA, M.I., DEUX, M.V. (2010). "*Guía para el Mapeo y Relevamiento de la Economía Popular Solidaria en Latinoamérica y Caribe*" primera. Grupo Red de Economía Solidaria del Perú. Nedda Angulo: Lima-Perú.
- DEES, G. (1998). "*The Meaning of Social Entrepreneurship*". Stanford.
- DEFOURNY, J., NYSENS, M. (2010). "Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences". *Journal of Social Entrepreneurship*,

- DEFOURNY, J., NYSENS, M. (2012). "El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada". CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 75, 7–34.
- DEFOURNY, J., NYSENS, M. (2008). "Social enterprise in Europe: recent trends and developments". Social Enterprise Journal, No. 4, 202–228.
- DÍAS, J., URBANO, D., HERNANDEZ, R. (2005). "Teoría económica institucional y creación de empresas". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, No. 11, 209–230.
- DÍAZ, M., MARCUELLO, C. (2012). "Social enterprises and social markets: models and new trends". Service Business, No. 6, 61–83.
- DÍAZ, M., MARCUELLO, C., MARCUELLO, C. (2012). "Empresas sociales y evaluación del impacto social Empresas sociales y evaluación del impacto social". CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 75, 179–198.
- DOBELE, L. (2011). "*Influencing factors of social entrepreneurship*". En actas de: Annual 17th International Scientific Conference Proceedings, Jelgava. pp. 101–107.
- DRAYTON, W. (2002). "The Citizen Sector:". California Management Review, No. 44, 120–133.
- DRUCKER, P.F. (1985). "*Innovation and Entrepreneurship*" Harper a Rowed. New York.
- ECHIVARRÍA, J. (2008). "El Manual de OSLO y la Innovación Social". ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, No. 732, 609–618.
- FERRI, E., URBANO, D. (2010). "*Environmental factors and Social Entrepreneurship*". Departamento de Economía de la Empresa Departamento de Economía de la Empresa: Barcelona.
- FISHLOW, A., FOGEL, R.W. (1971). "Quantitative Economic History: An Interim Evaluation Past Trends and Present Tendencies". The Journal of Economic History, No. 31, 15–42.
- FORMICHELLA, M. (2004). "El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, No. 1439, 38.
- GALERA, G., BORZAGA, C. (2009). "Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation". Social Enterprise Journal, No. 5, 210–228.
- GARCILAZO, J. (2011). "La teoría de la ecología poblacional examinada a la luz de teorías adaptacionistas". Visión de Futuro, No. 15, 1–20.
- GARTNER, W.B. (1985). "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation.". Academy of Management Review, No. 10, 696–706.
- GARTNER, W.B. (1989). "Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics". Entrepreneurship: Theory and Practice, No. 14, 27–37.

- GÓMEZ, L. (2002). "Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas: estudios realizados". *Pensamiento y gestión*, No. 13, 1–22.
- GORDO, Á., SERRANO, A. (2008). "*Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*". Pearson-Prentice Hall. Madrid.
- GUERRA, P. (2010). "La economía solidaria en Latinoamérica". *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, No. 110, 67–76.
- GUTIÉRREZ, R., EZEQUIEL, R., TRUJILLO, D. (2006). "Empresas sociales: ¿una especie en busca de reconocimiento?". *Revista de Administração-RAUSP*, No. 41, 404–418.
- GUZMÁN, A., TRUJILLO, M.A. (2008). "Emprendimiento Social - Revisión de la literatura". *Estudios Gerenciales*, No. 24, 105–125.
- HANNAN, M.T., FREEMAN, J. (1977). "The Population Ecology of Organizations". *American Journal of Sociology*, No. 82, 929.
- HARDING, R. (2004). "Social enterprise; The new economic engine". *Business Strategy Review*, No. 15, 39–43.
- HUERTA DE SOTO, J. (2010). "La teoría de la eficiencia dinámica". *Revista de Economía y Administración*, No. 7, 99–140.
- KANTIS, H., ISHIDA, M. (2002). "*Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*". Buenos Aires.
- LANAS, E. (2014). "*Políticas Públicas sobre Economía Solidaria en Ecuador*". Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- LANDETA, J. (1999). "*El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*". Ariel: Barcelona.
- LAVILLE, J.L., EME, B. (2004). "*Renovación y diversidad de la prácticas*". *Economía Social y Solidaria. Una Visión Europea*. 9879017234 pp. 35–50.
- LEPOUTRE, J., JUSTO, R., TERJESEN, S., BOSMA, N. (2013). "Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: The Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study". *Small Business Economics*, No. 40, 693–714.
- LINSTONE, H.A., TUROFF, M., HELMER, O. (1975). "*The Delphi method: Techniques and applications*". Addison-Wesley Publishing Company.
- MAIR, J., MARTÍ, I. (2009). "Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh". *Journal of Business Venturing*, No. 24, 419–435.
- MAIR, J., MARTÍ, I. (2006). "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight". *Journal of World Business*, No. 41, 36–44.
- MARSHALL, A. (1890). "*Principles of Economics*". Macmillan: Londres.

- MATEUS, J.R., BRASSET, D.W. (2002). "La globalización : sus efectos y bondades". Economía y Desarrollo, No. 1, 65–77.
- MCCLELLAND, D.C. (1961). *"The Achieving Society"*. The Free Press: New York.
- MELIÁN, A., CAMPOS, V. (2010). "Emprendedorismo y Economía Social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis". Revista de Estudios Cooperativos, No. 100, 43–67.
- MIRALLES MASSANÉS, J. (2005). "Ética empresarial y globalización". Icade: Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, 49–67.
- MONTES, E. (2007). *La empresa en el nuevo entorno. Expansión*.
- MONTOYA, O. (2004). "Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico". Scientia et Technica, No. 10, 209–213.
- MONZÓN, J.L. (2006). "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector". CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 56, 9–24.
- MONZÓN, J.L., CHAVES, R. (2012). *La Economía Social en la Unión Europea*. , p.126.
- MORALES, A.C. (2009)(a). "Claves para comprender la innovación social". La Innovación social, motor del desarrollo de Europa. pp. 13–40.
- MORALES, A.C. (2009)(b). "Innovación “abierta” en el tercer sector: el modelo organizativo 2.0". Revista Española del Tercer Sector, No. 13, 17–37.
- MORALES, A.C. (2012). "Innovación social: convergencias y sinergias". Ekonomiaz, No. 79, 146–167.
- MORALES, A.C. (2008). "Innovación social: una realidad emergente en los procesos de desarrollo". Revista de Fomento Social, No. 251, 411–439.
- MORALES, P. (2011). *"Evaluación de los valores: análisis de listas de ordenamiento"*. Universidad Pontificia Comillas: Madrid.
- MUNDET, J. (1991). *"Creación de empresas: Factores de éxito"*. EINIA: Barcelona.
- NECK, H., BRUSH, C., ALLEN, E. (2009). "The landscape of social entrepreneurship". Business Horizons, No. 52, 13–19.
- NORTH, D. (1990). *"Institutions, institutional change and economic performance"*. Cambridge University Press: New York.
- ORTEGA, F. (2008). "El método Delphi, prospectiva en Ciencias Sociales". Escuela de Administración de Negocios, No. 64, 31–54.
- PARKER HARRIS, S., RENKO, M., CALDWELL, K. (2014). "Social entrepreneurship as an employment pathway for people with disabilities: exploring political-economic and socio-cultural factors". Disability & Society, No. 29, 1275–1290.

- PENNINGS, J.M. (1982). "The Urban Quality of Life and Entrepreneurship". *Academy of Management Journal*, No. 25, 63–79.
- PEREDO, A.M., MCLEAN, M. (2006). "Social entrepreneurship: A critical review of the concept". *Journal of World Business*, No. 41, 56–65.
- PÉREZ, N. (2014). "*Empresas de inserción y mujer: efectos sobre la gestión de y dirección empresarial. Una aplicación empírica a las empresas de inserción de la Comunidad Valenciana*". Tesis Doctoral: Universidad de Valencia.
- PÉREZ DE MENDIGUREN, J.C., ETXEZARRETA, E., GURIDI, L. (2009). "Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate". *Papeles de economía Solidaria*, No. 1, 1–41.
- PRADO, G. (1997). "El Pensamiento Económico de Douglass C. North". *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, No. 3, 15–44.
- PRAHALAD, C.K. (2014). "The Fortune at the Bottom: Eradicating Poverty through Profits". *Vikalpa*, 432.
- PRAHALAD, C.K., HART, S.L. (2002). "The Fortune at the Bottom of the Pyramid". *Strategy+Business Magazine*, 273.
- PRIEDE, T., LÓPEZ-CÓZAR, C., RODRIGUEZ, Á. (2014). "Análisis del marco económico- jurídico específico para los emprendedores sociales . Un estudio comparado entre diversos países". CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, No. 80, 5–28.
- PUERTO, D. (2010). "La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización". *Revista científica Pensamiento y Gestión*, No. 28, 171–195.
- QUINTÃO, C. (2007). "Empresas de inserción y empresas sociales en europa". CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, No. 59, 33–59.
- RAZETO, L. (1998). "*El "Factor C": La Fuerza de la Solidaridad en la Economía*".
- RAZETO, L. (1993). "*Los caminos de la economía de la solidaridad*". Vivarium: Santiago de Chile.
- REYNOLDS, P.D. (1991). "Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, No. 16, 47–70.
- RIPOLLÉS, M., MENGUZZATO, B. (2003). "*Hacia un enfoque dinámico e integrador para el estudio de la "función empresarial"*". *Creación de empresas: entrepreneurship*. pp. 233–250.
- RODRÍGUEZ, A., ALVARADO, H. (2008). "*Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*". Naciones Unidas: Santiago de Chile.
- RODRIGUEZ, C., JIMÉNEZ, M. (2005). "Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura". *Innovar*, No. 26, 73–89.
- DA ROS, G. (2007). "Economía solidaria : aspectos teóricos y experiencias". *Unircoop*, No. 5, 9–27.

- SAHLMAN, W. (2007). *Some Thoughts on Business Plans*. Harvard Business School Publ, pp.1–32.
- SAJARDO, A., CHAVES, R. (2006). "Balance y tendencias en la investigación sobre Tercer Sector no lucrativo . Especial referencia al caso español". CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 56, 87–116.
- SALINAS, F., HERRANZ, J.M., ALBARRÁN, C., ALMANSA, P., BORGIA, S., DELGADO, A., ENCISO DE YZAGUIRRE, V., FERNÁNDEZ, M.Á., SÁNCHEZ, E. (2007). *"Empresas de Economía Social : aspectos para su desarrollo"*. Servicio de Publicaciones Universidad Católica de Ávila: Salámanca.
- SALINAS, F., OSORIO, L. (2012). "Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación". CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 75, 129–151.
- SALMERÓN, R., GÓMEZ, S. (2012). "Relación entre los factores institucionales y el emprendimiento : análisis mediante técnicas cuantitativas". Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 54–72.
- SANCHIS, J.R., CAMPOS, V. (2008). "La innovación social en la empresa". Economía Industrial, No. 368, 187–196.
- SANCHIS, J.R., MELIÁN, A. (2010). "Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral". Revista de Estudios Cooperativos, No. 100, 43–67.
- SANDBERG, W.R., HOFER, C.W. (1987). *Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur*. Journal of Business Venturing, 2(1), pp.5–28.
- SCHERE, J. (1982). "Tolerance of ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers". Academy of Management Best Paper Proceedings, No. 42, 404–408.
- SCHUMPETER, J. (1928). "The instability of capitalism". The economic Journal, No. 38, 361–386.
- SCHUMPETER, J. A. (1942). *"Capitalism, socialism and democracy"*. Routledge: New York.
- SEELOS, C., MAIR, J. (2005). "Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor". Business Horizons, No. 48, 241–246.
- SEKN (2006). *"Gestión efectiva de emprendimientos sociales: lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica"* Banco Interamericano de Desarrollo; Social Enterprise Knowledge Networked. Washington D.C.
- SELIGMAN, B. (1967). *"Principales corrientes de la ciencia económica moderna: El pensamiento económico después de 1870"* Oikos taueu. Barcelona.
- SHANE, S., VENKATARAMAN, S. (2000). "The Promise of Entrepreneurship as a field of Research". The Academy of Management Review, No. 25, 217–226.
- SHAPER, A., SOKOL, L. (1982). *"Social dimensions of entrepreneurship"*. The Encyclopedia of Entrepreneurship. pp. 72–90.

- SHARIR, M., LERNER, M. (2006). "Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs". *Journal of World Business*, No. 41, 6–20.
- SPEAR, R. (2006). "Social entrepreneurship: a different model?". *International Journal of Social Economics*, No. 33, 399–410.
- SPEAR, R., CORNFORTH, C., AIKEN, K. (2009). "the Governance Challenges of Social Enterprises: Evidence From a Uk Empirical Study". *Annals of Public and Cooperative Economics*, No. 80, 247–273.
- SUBIRATS, J. (DIRECTOR), GOMÀ, R. (COORDINADOR), BRUGUÉ, J. (COORDINADOR) (2005). "*Análisis de los factores de exclusión social*". Barcelona.
- SULLIVAN, D.M. (2007). "Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference?". *Academy of Management Perspectives*, No. 21, 77–78.
- TAN, W.-L., WILLIAMS, J., TAN, T.-M. (2005). "Defining the “Social” in “Social Entrepreneurship”: Altruism and Entrepreneurship". *The International Entrepreneurship and Management Journal*, No. 1, 353–365.
- THOMPSON, J., DOHERTY, B. (2006). "The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories". *International Journal of Social Economics*, No. 33, 361–375.
- TRUJILLO, M.A., GUZMÁN, A. (2008). "*Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura*". Bogotá.
- URBANO, D. (2006). "*La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*" 1st ed. Addendaed. Centre d’Innovació i Desenvolupament Empresarial: Barcelona.
- URBANO, D., HERNANDEZ, R., DIAS, J. (2007). "*La teoría económica institucional: El enfoque de North en el ámbito de la creación de empresas*". En actas de: XX Congreso anual de AEDEM. Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa, pp. 1–15.
- URBANO, D., TOLEDANO, N., RIBEIRO, D. (2010). "Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective: Evidence from Spain". *Journal of Social Entrepreneurship*, No. 1, 54–69.
- VALENCIA, P., GARCÍA, M., MORENO, J.J. (2007). "*Factores determinantes en la creación de una empresa: valores culturales, redes sociales y ayudas públicas*". *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*. pp. 1141–1155.
- VALENCIA DE LARA, P., PLATÁN, J. (2011). "El empresario descubridor de oportunidades de mercado: puntos centrales de la teoría de kirzner". *TEC empresarial*, No. 5, 31–38.
- VECIANA, J.M. (1999). "Creación de empresas como programa de investigación científica". *Revista Europea de Dirección de Empresas Economía de la Empresa*, No. 25, 217–226.
- VECIANA, J.M. (1996). "Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: “venture management” o corporate entrepreneurship". *Economía industrial*, No. 310, 79–90.

- VECIANA, J.M. (2005). *"La creación de empresas: Un enfoque gerencial"*. Barcelona.
- VECIANA, J.M. (2007). "Las nuevas empresas en el proceso de innovación en la sociedad del conocimiento: evidencia empírica y políticas públicas". *eco*, No. 363, 103–118.
- VAN DE VEN, A.H. (1984). "Designing New Business Startups: Entrepreneurial, Organizational, and Ecological Considerations". *Journal of Management*, No. 10, 87–108.
- VAN DE VEN, A.H. (1979). "Organizations and Environments.". *Administrative Science Quarterly*, Stanford No. 24, 320.
- VILLAJOS, E. (2012). *"Emprendimiento y Empresas Sociales: principales enfoques y aplicación del Management social"*. Tesis: Universidad de Valencia.
- WEERAWARDENA, J., MORT, G.S. (2006). "Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model". *Journal of World Business*, No. 41, 21–35.
- WILKINSON, C. (2014). *"A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report : Spain"*. London.
- WILLIAMSON, O.E. (1981). "The Economics of Organization The Transaction cost Approach". *American Journal of Sociology*, No. 87, 548–577.
- YIN, R.K. (2013). *"Applications of case study research"* 3era. ed. Sage Publications: Los Angeles.
- YIN, R.K. (2003). *"Case Study Research: Design and Methods"* 3era Ed. Sage Publications: Thousand Oaks, CA.
- ZADEK, S., THAKE, S. (1997). *Send in the social entrepreneurs*. *New Statesman*, 126, p.31.
- ZAHRA, S.A., GEDAJLOVIC, E., NEUBAUM, D.O., SHULMAN, J.M. (2009). "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges". *Journal of Business Venturing*, No. 24, 519–532.

9 ANEXOS

ANEXO 1 CARTA DE PRESENTACIÓN Y SOLICITUD DE COLABORACIÓN

Valencia, 14 de abril del 2014

Sr. Dn.

Asunto: participación en Estudio Delphi en el tema. “Factores institucionales que afectan a la creación de empresas de Economía Social”

Soy estudiante del programa de Doctorado de Economía Social de la Universidad de Valencia, y actualmente me encuentro realizando una investigación que tiene como objetivo determinar los factores del entorno institucional que afectan a la creación de Empresas de Economía Social, bajo la Dirección del Dr. Joan Ramon Sanchis y la Dra. María Ripollés.

Como parte de mi Tesis Doctoral, me encuentro realizando un estudio Delphi, para el cuál, hemos considerado que su participación en calidad de experto es de suma importancia, por tanto, solicito su colaboración cumplimentando un cuestionario. Más adelante, en una segunda ronda se le pedirá que revise el cuestionario, por si considera oportuno realizar alguna modificación, teniendo en cuenta la opinión general del grupo de expertos que participarán en el estudio. El tiempo para rellenar el cuestionario es aproximadamente de unos 15 minutos.

Garantizamos la total confidencialidad de sus respuestas, y en atención a su participación en el estudio me comprometo, una vez finalizado el mismo, a enviar un informe con los resultados y conclusiones del mismo.

El primer período de respuesta será de 15 días, por lo que pedimos se rellene el cuestionario desde el enlace adjunto antes del 1 de mayo del presente.

Le agradecemos enormemente su colaboración por el tiempo dispensado en el llenado del cuestionario

Atentamente,

Freddy Serrano Guerrero

Doctorando en Economía Social IUDESCOOP-Universidad de Valencia

ANEXO 2 CUESTIONARIO DELPHI PRIMERA RONDA**INTRODUCCIÓN**

Ruego dedique unos minutos a completar este cuestionario, la información que nos proporcione será muy útil para determinar los factores que afectan a la creación de Empresas de Economía Social. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por nosotros. El rellenar este cuestionario le tomará aproximadamente 15 minutos.

La información requerida se realizará teniendo en cuenta el siguiente concepto: Las empresas sociales surgen como iniciativa voluntaria de individuos o colectivos de la SS.CC. que desarrollan servicios y actividades diversas. Tienen como misión el resolver problemas sociales o medioambientales, primordialmente a nivel local. Actúan en donde son necesarios nuevos retos socio-económicos. Para subsistir, tratan de compatibilizar la eficacia y eficiencia empresarial con su misión social, compitiendo en el mercado con empresas capitalistas.

CUESTIONARIO DELPHI PRIMERA RONDA

Por favor cumplimentar la siguiente información personal:

Año de nacimiento:

Género:

Perfil

Localización

1. Valore de 1 (mínimo) a 10 (máximo) sus conocimientos sobre:

	1 min	2	3	4	5	6	7	8	9	10 max
Creación de empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Economía Social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXOS

2. En una escala de 1 (muy baja importancia) a 5 (muy alta importancia). Cómo valoraría los efectos que tienen los emprendimientos sociales sobre los siguientes problemas sociales:

	muy baja importancia		media importancia		muy alta importancia
Acceso a vivienda	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a asistencia sanitaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a alimentos y agua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a bienes y servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a medios de transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a educación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso al crédito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creación de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promover integración social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuidado del medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro (especifique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (5) los siguientes factores que a su juicio serían determinantes en la creación de empresas sociales.

- [] Características individuales del emprendedor y/o su equipo
- [] Factores externos o del entorno
- [] Factores organizacionales que doten recursos y oportunidades
- [] Otros (especificar) _____
- [] Otros (especificar) _____

4. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (3) los siguientes factores externos que a su juicio serían determinantes en la creación de empresas sociales.

- [] Existencia de un Entorno Político legal que favorezca la creación de Empresas Sociales
- [] Disponibilidad de instrumentos de financiación orientados a Empresas sociales
- [] Mecanismos de apoyo no económicos para la creación de Empresas Sociales
- [] Existencia de redes sociales que faciliten el acceso a recursos

ANEXOS

- ☐ Existencia de programas educativos orientados al fomento del emprendimiento social
- ☐ Percepciones y valoración que tiene la sociedad con respecto a la deseabilidad y viabilidad de crear una empresa social
- ☐ Otros (especificar _____)
- ☐ Otros (especificar _____)

5. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (5) las siguientes regulaciones legales que pueden afectar positivamente a la decisión de crear una empresa social. Si considera necesario justifique su respuesta.

- ☐ De la organización y su funcionamiento
- ☐ De la Financiación
- ☐ De la Fiscalidad – Tributación
- ☐ De la Contabilidad
- ☐ De la Auditoria y fiscalización
- ☐ Otros (especificar _____)
- ☐ Otros (especificar _____)

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

6.Cuál sería, a su juicio, la forma jurídica adecuada para constituir una empresa social. Justifique su respuesta

- Cooperativas ☐
- Mutualidades ☐
- Fundaciones ☐
- Asociaciones ☐
- Sociedades Anónimas ☐
- Sociedades Limitadas ☐
- Sociedades Laborales ☐
- Otras (especificar ☐

ANEXOS

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (4) los siguientes mecanismos que a su juicio pueden favorecer a la creación de Empresas Sociales. Si considera necesario justifique su respuesta.

- [] Trámites administrativos reducidos para crear Empresas Sociales
- [] Beneficios fiscales hacia las Empresas Sociales
- [] Existencia de viveros de Empresas Sociales
- [] Servicios de seguimiento, asistencia y formación a Empresas Sociales ya constituidas
- [] Otros (especificar) _____
- [] Otros (especificar) _____

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (≥ 5) los instrumentos de financiación que a su juicio deberían estar disponibles para favorecer la creación de empresas sociales. Si considera necesario justifique su respuesta.

- [] Préstamos diferenciados orientados hacia proyectos sociales
- [] Subvenciones y donaciones
- [] Financiación colectiva (*crowdfunding*)
- [] Capital riesgo social
- [] Microcréditos

ANEXOS

- ☐ Otros (especificar) _____
- ☐ Otros (especificar) _____

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

9. A su juicio, cuál de los siguientes programas educativos puede favorecer a la creación de empresas de economía social o empresas sociales. (elegir 1).

Justifique su respuesta.

- ☐ Programas orientados a desarrollar actitudes emprendedoras
- ☐ Programas orientados a sensibilizar sobre los problemas sociales
- ☐ Otros (especificar) _____

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

10. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (4) los siguientes aspectos que a su criterio se pueden conseguir a través del establecimiento de redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales y que favorecen a la creación de empresas sociales. Si considera necesario justifique su respuesta

- ☐ Para identificar oportunidades
- ☐ Para facilitar el acceso a la información y el conocimiento
- ☐ Para obtener acceso a recursos (humanos, materiales y al capital financiero)
- ☐ Para legitimar su existencia
- ☐ Otros (especificar) _____

ANEXOS

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

11. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (4) los siguientes valores y percepciones que tiene la sociedad sobre los emprendimientos sociales y que pueden afectar positivamente a la creación de Empresas Sociales. Si considera necesario justifique su respuesta.

- [] Percepción positiva que es viable crear empresas con fines sociales, medioambientales y en favor de la comunidad
- [] Valoración positiva de que las Empresas Sociales son capaces de resolver eficazmente problemas sociales, medioambientales y de la comunidad
- [] Valoración negativa respecto a la capacidad de los gobiernos para dar solución a todos los problemas sociales, medioambientales y de la comunidad
- [] Percepción negativa del sistema económico mundial y sus efectos
- [] Otros (especificar)_____

Justificación respuesta:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

FIN DEL CUESTIONARIO

ANEXOS

ANEXO 3 CUESTIONARIO DELPHI SEGUNDA FASE

Cuestionario Delphi

Instrucciones generales:

La forma de responder es similar a la del cuestionario anterior, pero contestando en las columnas denominadas "2da. Ronda" y "observaciones" (columnas amarillas). Luego del enunciado de la pregunta, podrá encontrar una tabla en la que constan: La respuesta de grupo y su respuesta acompañada de un ícono que indicará que tan alejada está su respuesta con respecto al grupo:

Su respuesta	Ícono	Acción
Está muy alejada de la respuesta de grupo		Es necesario reconsiderar la respuesta o justificarla en la columna de observaciones
Está ligeramente alejada de la respuesta de grupo		Es necesario reconsiderar la respuesta o justificarla en la columna de observaciones
Coincide con la respuesta de grupo		No es necesario reconsiderar la respuesta, ni justificarla

En cualquiera de estos casos, usted podrá modificar o mantener sus respuestas. Si desea mantener o cambiar su respuesta, aunque no coincida con la de grupo, por favor, coloque su justificación en la columna de observaciones.

En este cuestionario se han eliminado aspectos que han alcanzado un grado suficiente de consenso y se han incluido nuevos aspectos aportados por algunos expertos. Éstos aparecerán marcados con un asterisco (*) y la celda de respuesta aparecerá vacía (excepto cuando el aporte sea suyo). Por tanto, se sugiere tener en cuenta estos nuevos conceptos para valorarlos u ordenarlos según corresponda.

Cuestionario Delphi 2da. Ronda

Código de participante: **423**

2. En una escala de 1 (muy baja importancia) a 5 (muy alta importancia). Cómo valoraría los efectos que tienen los emprendimientos sociales sobre los siguientes problemas sociales:

Problemas sociales	Grupo	Su respuesta	Ícono	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
Acceso a bienes y servicios	4,00	5,00			
Acceso al crédito	3,00	3,00			
Creación de empleo	4,00	5,00			
Protección y empoderamiento de grupos desfavorecidos	4,00	5,00			
* Inserción de la mujer en el mercado del trabajo	5,00				
* Acceso a bienes y servicios culturales	2,00				
* Atención a personas en situación de dependencia	2,00				
* Asistencia técnica	2,00				
* Lucha contra la pobreza	3,00				

3. Coloque en orden de menor (1), a mayor importancia (3) Los siguientes factores generales que a su juicio serían determinantes en la creación de empresas sociales. (En esta pregunta se consideran los factores en sentido general. Los factores específicos se irán presentando en las siguientes preguntas.)

	Factores generales	Grupo	Su respuesta	Ícono	Espacio para responder	
					2da. Ronda	Observaciones
menor importancia	Características individuales del emprendedor y/o su equipo (Rasgos psicológicos, valores personales, motivaciones, formación, experiencia, etc.)	1	3			
	Factores organizacionales que doten recursos y oportunidades (Disponibilidad de recursos: financieros, humanos, materiales, técnicos, etc.)	2	1			
mayor importancia	Factores externos o del entorno (político-legales, socio-culturales, económicos, tecnológicos, existencia problemas y necesidades sociales no satisfechas)	3	2			

ANEXOS

4. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (6) los siguientes factores externos que a su juicio serían determinantes en la creación de empresas sociales.

	Factores externos	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia:	Existencia de redes sociales que faciliten el acceso a recursos (identificar oportunidades, acceder a la información y el conocimiento, legitimar su existencia, establecer relaciones comerciales, crear valor social)	1	4		
	Existencia de un Entorno Político-Legal que favorezca la creación de Empresas Sociales: (de organización y su funcionamiento, de la financiación, de la tributación, de la contabilidad, de la auditoría)	2	1		
	Disponibilidad de instrumentos de financiación orientados a Empresas sociales (prestamos, subvenciones y donaciones, financiación colectiva, capital riesgo, microcréditos, inversión ciudadanos, venta de servicios propios)	3	3		
	Existencia de programas educativos orientados a fomentar la creación de Empresas Sociales (desarrollar actitudes emprendedoras o sensibilizar sobre los problemas sociales)	4	2		
	Mecanismos de apoyo no económicos para la creación de Empresas Sociales (Trámites reducidos, beneficios fiscales, Existencia de viveros de Empresas Sociales, servicios de seguimiento, asistencia y formación)	5	6		
	Valores culturales que favorezcan la creación de empresas sociales				

5. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (7), las siguientes regulaciones legales que pueden afectar positivamente a la decisión de crear una empresa social. Si considera necesario justifique su respuesta.

	Regulaciones legales	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia:	* De lo Laboral	1			
	* Incorporación de Cláusulas Sociales en los contratos	1			
	De la Financiación	3	6		
	De la Contabilidad	4	4		
	De la Fiscalidad -- Tributación	5	3		
	De la Auditoría y fiscalización	6	5		
mayor importancia:	De la organización y su funcionamiento	7	7		

6. Cuál sería, a su juicio, la forma jurídica adecuada para constituir una Empresa Social.

	Forma jurídica adecuada	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
	Cooperativas	39%			
	Asociaciones	17%	X		
	Fundaciones	13%			
	* La forma jurídica es irrelevante	10%			
	Sociedades Anónimas	4%			
	Sociedades Limitadas	4%			
	* Sociedades Limitadas de Interés General	4%			
	Sociedades Laborales	4%			
	* Contrato de Fideicomiso	4%			

8. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (5) los siguientes mecanismos que a su juicio pueden favorecer a la creación de Empresas Sociales.

	Mecanismos de apoyo	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia:	* Incorporar criterios sociales y medioambientales a los balances económicos	1			
	Existencia de viveros de Empresas Sociales	2	2		
	Trámites administrativos reducidos para crear Empresas Sociales	3	5		
	Beneficios fiscales hacia las Empresas Sociales	4	4		
mayor importancia:	Servicios de seguimiento, asistencia y formación a Empresas Sociales ya constituidas	5	3		

9. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (7) los instrumentos de financiación que a su juicio deberían estar disponibles para favorecer la creación de empresas sociales.

	Instrumentos de financiación	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia:	* Inversión directa de los ciudadanos	1			
	* Venta de servicios propios	1			
	Capital riesgo social	3	3		
	Subvenciones y donaciones	4	4		
	Financiación colectiva (crowdfunding)	5	5		
	Préstamos diferenciados orientados hacia proyectos sociales	6	6		
mayor importancia:	Microcréditos	7	7		

ANEXOS

10. A su juicio, cuál de los siguientes programas educativos puede favorecer a la creación de empresas de economía social o empresas sociales.

Programas educativos	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
			2da. Ronda	Observaciones
Programas orientados a desarrollar actitudes emprendedoras	71%	X		
Programas orientados a sensibilizar sobre los problemas sociales	19%			
* Desarrollar simultáneamente actitudes emprendedoras y sensibilizar sobre problemas sociales	5%			
* A concienciar sobre el buen vivir y el bien común	5%			

12. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (6) los siguientes aspectos que a su criterio se pueden conseguir a través del establecimiento de redes sociales entre organizaciones y emprendedores sociales y que favorecen a la creación de empresas sociales.

	Contribución redes sociales	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia	* Para crear capital social (actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación)	1			
	* Para establecer relaciones comerciales	1			
	Para legitimar su existencia	3	3		
	Para identificar oportunidades	4	4		
	Para obtener acceso a recursos (humanos, materiales y al capital financiero)	5	6		
mayor importancia	Para facilitar el acceso a la información y el conocimiento	6	5		

13. Coloque en orden de menor (1) a mayor importancia (7) los siguientes valores culturales que pueden afectar positivamente a la creación de Empresas Sociales.

	Valores culturales	Grupo	Su respuesta	Espacio para responder	
				2da. Ronda	Observaciones
menor importancia	* Valoración positiva del empresariado social	1			
	* Existencia de necesidades sociales insatisfechas	1			
	* Concienciación sobre la protección del medio ambiente	1			
	Valoración negativa respecto a la capacidad de los gobiernos para dar solución a todos los problemas sociales, medioambientales y de la comunidad	4	5		
	Percepción negativa del sistema económico mundial y sus efectos	5	4		
	Valoración positiva de que las Empresas Sociales son capaces de resolver eficazmente problemas sociales, medioambientales y de la comunidad	6	7		
mayor importancia	Percepción positiva que es viable crear empresas con fines sociales, medioambientales y en favor de la comunidad	7	6		

Observaciones generales al cuestionario: espacio para realizar aclaraciones sobre sus respuestas o sobre las preguntas formuladas.

Muchas gracias por su colaboración

FIN DEL CUESTIONARIO

ANEXO 4 MODELO G.E.M. DE LOS FACTORES DEL ENTORNO RELACIONADOS CON EL EMPRENDIMIENTO

TABLE 3.1 GEM'S KEY ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS

1.	Entrepreneurial Finance. The availability of financial resources-equity and debt-for small and medium enterprises (SMEs) (including grants and subsidies).
2.	Government Policy. The extent to which public policies give support to entrepreneurship. This EFC has two components: 2a. Entrepreneurship as a relevant economic issue and 2b. Taxes or regulations are either size-neutral or encourage new and SMEs.
3.	Government Entrepreneurship Programs. The presence and quality of programs directly assisting SMEs at all levels of government (national, regional, municipal).
4.	Entrepreneurship Education. The extent to which training in creating or managing SMEs is incorporated within the education and training system at all levels. This EFC has two components: 4a. Entrepreneurship Education at basic school (primary and secondary)m and 4b. Entrepreneurship Education at post-secondary levels (higher education such as vocational, college, business schools, etc.).
5.	R&D Transfer. The extent to which national research and development will lead to new commercial opportunities and is available to SMEs.
6.	Commercial and Legal Infrastructure. The presence of property rights, commercial, accounting and other legal and assessment services and institutions that support or promote SMEs.
7.	Entry Regulation. Contains two components: 7a. Market Dynamics: the level of change in markets from year to year, and 7b. Market Openness: the extent to which new firms are free to enter existing markets.
8.	Physical Infrastructure. Ease of access to physical resources-communication, utilities, transportation, land or space—at a price that does not discriminate against SMEs.
9.	Cultural and Social Norms. The extent to which social and cultural norms encourage or allow actions leading to new business methods or activities that can potentially increase personal wealth and income.

ANEXO 5 PROTOCOLO DE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO DEL CASO

1. DISEÑO DEL ESTUDIO DE CASOS		
Preguntas de investigación	Aspectos a investigar	Variables
¿Cuáles son las características de las empresas de inserción socio-laboral?	Características internas de las empresas de inserción seleccionadas para el estudio de casos	Actividad productiva
		Fecha de fundación
		Entidad promotora
		Número de personas en proceso de reinserción
		Formato de inserción usado /tipo contratos
		Grupo de personas que reciben la atención de la empresa de inserción
		Misión y visión
¿Por qué existen diferentes niveles de emprendimiento social en las regiones analizadas?	Percepción de los directivos/fundadores de las empresas de inserción o de sus entidades promotoras sobre los factores externos que afectaron a la creación y el funcionamiento de la empresa de inserción	Percepción de la sociedad, sobre el avance tecnológico, sobre los efectos de la globalización, sobre la disponibilidad de mecanismos de apoyo, programas educativos, disponibilidad de formas de financiación, la pertenencia a redes, el marco legal.
2. PREPARACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS		
Unidades de análisis:	Entornos institucionales relacionado con la creación de EI por cada territorio	
Variables	Fuente	Informadores
Características particulares de cada ES	Análisis documental, Cuestionarios, Entrevistas	Páginas web, informes, directivos
Instituciones informales		
Percepción sobre la valoración que la sociedad otorga a las empresas de inserción	Entrevista en profundidad	Directivos / Fundadores de empresas de inserción o sus entidades promotoras
Percepción de la sociedad sobre el agente que tiene la responsabilidad de resolver problemas sociales		
Componentes sociales y culturales relacionados con la creación de las empresas de inserción (hábitos, valores, actitudes)		
Valoración del acceso que tienen las EI al mercado		
Valoración de los efectos que tiene el avance tecnológico en las EI		
Valoración de los efectos que tiene la globalización en las EI		

ANEXOS

Instituciones formales		
Disponibilidad de mecanismos de apoyo existentes	Entrevista en profundidad	Directivos / Fundadores de empresas de inserción o sus entidades promotoras
Los programas educativos relacionados con las empresas sociales (tendencia de la educación formal, oferta de programas educativos relacionados con las empresas sociales)		
Instrumentos de financiación (descripción de formas, diferenciación de condiciones, disponibilidad, accesibilidad)		
Pertenencia a redes (valoración y beneficios)		
El marco legal		
3. RECOLECCIÓN DE EVIDENCIA		
Análisis de fuentes documentales / entrevista		
Aplicación de entrevista en profundidad	envío de solicitud de colaboración. Coordinar la fecha y hora de entrevista	
4. ANALISIS DE EVIDENCIA		
Estrategia genérica. Análisis de cada caso, describiendo los factores positivos y negativos que los informantes relacionan con la creación y funcionamiento de las empresas de inserción.		
Validación de la existencia de factores institucionales relacionados con la creación de EE.II. Tabulación iterativa de la evidencia disponible. Aplicación de una lógica replicante entre los distintos casos y regiones. Identificación de patrones que llevan a identificar variables principales que condicionan la creación de nuevas empresas de inserción.		
5. ELABORACIÓN DEL INFORME		
Resultados y conclusiones. Estructurar las conclusiones en conexiones con los objetivos de la investigación y la lógica de preguntas planteadas. Indicación de limitaciones y de las futuras líneas de investigación.		

ANEXO 6 GUIÓN DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Área de interés	Preguntas	Resultado esperado
Generales	¿Cuáles fueron las motivaciones que llevaron a crear la empresa social?, ¿Quiénes influyeron en la decisión de crearla?	Explicación de la situación que llevo a los fundadores a crear la empresa social
	¿Cómo se realizó el proceso de crear la empresa social y qué facilidades y obstáculos se presentaron en el proceso de crear la empresa social?	Explicación de cuáles fueron los factores externos que facilitaron y/o dificultaron el proceso de creación y consolidación de la empresa social
	¿Cuáles serían las condiciones actuales del entorno que afectarían de forma positiva y negativa a la creación de nuevas empresas sociales?	Explicación de cuáles serían los factores externos actuales positivos y negativos que afectarían a la creación y funcionamiento de las empresas sociales
Valores culturales	¿Cree usted que la sociedad conoce y valora la labor de las empresas sociales?	Conocer la percepción de los fundadores o directivos de ES, con respecto a la valoración que tiene la sociedad sobre las empresas sociales
	¿Considera usted que existe en la región algún componente cultural que puede afectar de forma positiva o negativa a la creación de nuevas empresas sociales?	Describir que componentes culturales o sociales existen en la región, que pueden afectar positiva o negativamente la creación de nuevas empresas sociales
	¿Según la sociedad regional, Quiénes deben aportar con soluciones a los problemas sociales?	Conocer la percepción de los fundadores/directivos de ES, con respecto a que si la sociedad espera que la misma SS.CC. contribuya a resolver los problemas sociales existentes.

ANEXOS

Mecanismos de apoyo	¿Al comenzar con el emprendimiento su ES, recibió algún tipo de apoyo? - ¿Qué tipo y como los calificaría?	Existen programas de apoyo en el territorio el que funciona la empresa social, cuáles son y si son accesibles.
	En la actualidad. ¿Qué tipo de apoyo puede obtenerse para crear una ES en la región?, ¿En qué grado está disponible?	Describir la evolución entre la creación de la ES y la actualidad: Se han eliminado mecanismos de apoyo, se han creado nuevos, son los mismos.

ANEXO 7 SOLICITUD DE COLABORACIÓN ENVIADA A LAS EMPRESAS DE INSERCIÓN.

Valencia, 16 de marzo del 2015.

Desde el Instituto Universitario de Investigación en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento, IUDESCOOP -Universidad de Valencia. Estamos realizando una investigación sobre los factores institucionales que afectan a la creación de empresas sociales.

Nos ponemos en contacto con usted en calidad de experto y conocedor del entorno relacionado con las empresas de inserción socio laboral. Hemos preparado una entrevista en profundidad sobre factores externos relacionados con las empresas de inserción socio laboral, por lo que solicitamos nos pudiera recibir en su despacho o dónde usted considere conveniente, para su desarrollo. El tiempo requerido para desarrollarla será variable, pero se estima que llevará entre una y dos horas.

Tanto su nombre como el de su empresa de inserción serán incluidos en la lista de participantes y una vez finalizado el estudio enviaremos un informe con los resultados y conclusiones del mismo, en atención a la su consideración a participar en el estudio.

Para coordinar la fecha de realización de la entrevista, sugiero que se realice entre el 23 de marzo y el 6 de abril del presente año, que es el período en el que estaré desarrollando las entrevistas en la región. La fecha y hora la coordinaremos mediante el correo electrónico que aparece en la parte inferior de este documento.

Agradecemos anticipadamente la dedicación de su valioso tiempo a la dedicación de este estudio y nos comprometemos a ocasionar las menores molestias posibles.

Atentamente,

Joan Ramon Sanchis Palacio
Director, IUDESCOOP - Universitat de
València

Freddy Serrano Guerrero
Doctorando IUDESCOOP-Universitat de
València

